



Universidade de Aveiro Departamento de comunicação e Arte
2014

Pedro Nunes Gomes

**Design de uma plataforma *web* para a partilha
de saberes - *We Share***



Universidade de Aveiro Departamento de comunicação e Arte
2014

**PEDRO NUNES
GOMES**

**DESIGN DE UMA PLATAFORMA *WEB* PARA
A PARTILHA DE SABERES - *WE SHARE***

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para o cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design, realizada sob a orientação científica do Prof. Dr. Luís Nuno Coelho Dias, professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

“N3o chores porque j3 terminou, sorri porque aconteceu.”
Gabriel Garcia Marquez

O Júri

Presidente	Prof. Doutor Álvaro José Barbosa de Sousa Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro
Arguente	Prof. Doutor Mário Jorge Rodrigues Martins Vairinhos Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro
Orientador	Prof. Doutor Luís Nuno Coelho Dias Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro

Agradecimentos

Aos docentes do Mestrado em Design da Universidade de Aveiro que me auxiliaram ao longo desta etapa, em especial ao meu orientador Professor Dr. Nuno Dias pela confiança depositada na concretização deste trabalho.

Ao Professor Luiz Filipe Trigo, docente da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia de Lisboa, por todo o apoio e motivação.

A toda a minha família, em especial à minha mãe Fátima Nunes, ao meu pai Francisco Gomes, ao meu irmão Paulo Gomes, à minha avó Laura Nunes e ao meu avô António Nunes, pelo apoio incondicional ao longo desta etapa, por toda a paciência e dedicação.

A todos os meus amigos, em especial ao Rui Lobo, Rui Gregório, David Palma, Lina Iria, Tiago Fernandes, Vasco Peixeiro, Pedro Roque, André Valente, Roberto Coronado, João Infante, Adriano Moraes, Mário Pereira, Cátia Pereira, Mário Tavares, João Montenegro, Gregório Rodrigues, Joana Moura, David Farias e Joana Almeida.

A todos os que foram acima enunciados, aos anónimos e aos esquecidos, o meu muito obrigado.

*“Inteligência é a capacidade de se adaptar à mudança.”
Stephen Hawking*

Palavras-chave Partilha, troca, comunicação, colaboração, comunidades interativas

Resumo Esta dissertação insere-se no âmbito projetual de design, na implementação de um sistema de aproximação da comunidade académica da Universidade de Aveiro. Parte-se do objetivo de aproximar os atores principais, alunos e professores, de uma comunidade que se pretende mais comunicativa, participativa, interativa, atenta e dedicada, avançando-se para o desenho e projeção de uma plataforma *web* criada para o efeito. Isto acontece através da concepção de ferramentas dedicadas e desenvolvidas de forma a possibilitar relações mais próximas, através de um trabalho mais dedicado e da criação de equipas e métodos de trabalho diferentes.

Keywords *Sharing, exchange, communication, collaboration, interactive communities*

Abstract *This dissertation falls under the design project, about the implementation of an approximation system in University of Aveiro's academic community. It starts with the goal of connecting the main actors, teachers and students, of a community that ought to be more communicative, interactive, mindful and dedicated, progressing to the design and projection of a web platform developed for this purpose. Through the design and development of dedicated tools in order to create more effective connections, through a more dedicated work and the creation of different teams and work methods.*

Índice

16	1 Introdução
16	Problema e sua relevância
	2 Enquadramento teórico
19	2.1 Design e o seu papel atual
19	Dimensão do design
21	2.2 Gestão de Design como uma estratégia organizacional
24	2.3 Ferramentas e processos de envolvimento para o conhecimento
	3 Cooperação e interação
26	3.1 Enquadramento do projeto
27	3.2 Cultura organizacional
30	3.3 Comunidades Criativas
33	3.4 Inteligência coletiva
36	A descentralização da inteligência coletiva
39	Cooperação e interação
	4 Web Social
41	4.1 <i>HCI (Human-Computer Interaction)</i> e o design de interação
44	4.2 Experiência (do uso)
46	4.3 Web design centrado na experiência
47	<i>Web 2.0, a web social</i>
49	Comunidades Virtuais
	5 Projeto
51	5.1 Enquadramento do projeto
52	5.2 Primeiro Momento: sobre o projeto, a ideia
54	5.3 Referências para o projeto
64	5.4 Segundo Momento: Proposta de uma plataforma (<i>web</i>)
84	5.5 Identidade do projeto – <i>We Share</i>
	6 Considerações finais
91	6.1 Desenvolvimentos futuros
93	Referências bibliográficas
94	Webgrafia
97	7 Anexos



1 Introdução

A presente dissertação surge de uma necessidade observada de forma individual, em diferentes contextos, culturas e países.

O envolvimento neste projeto, teve início no ano lectivo 2012/2013. Após a observação de diferentes realidades, a quando da possibilidade de efetuar o programa *Erasmus* no *Poitecnico di Milano* (Milão, Itália), durante o Mestrado em Design. Os processos de comunicação encontrados no local, são distintos dos utilizados na Universidade de Aveiro, lá existe uma comunicação, interligação e partilha fluída, atenta e natural, através de processos e ferramentas automatizadas e consolidadas por alunos e professores.

É a partir daqui que começam a ser consolidadas as ideias e as motivações para o desenvolvimento deste projeto. Foi identificada uma carência de intervenção na comunidade académica da Universidade de Aveiro em particular, e nas comunidades académicas em geral. Com base nas metodologias e ferramentas do design, através da construção de recursos de aproximação, partilha e interação, esta dissertação tem como propósito o desenvolvimento de uma proposta de uma plataforma web que serve de agente promotor para uma comunidade mais atenta, dinâmica e interativa.

Problema e sua relevância

As instituições académicas são produtoras de conhecimento, inovação e desenvolvimento, tanto ao nível tecnológico como social. Estas são constantemente desafiadas e colocadas à prova por entidades exteriores e pelos seus parceiros (empresas, entidades públicas), sendo que são os indivíduos que a constituem, que validam e lhe garantem reconhecimento.

Fundada em 1973 num contexto de expansão e renovação do ensino superior, a Universidade de Aveiro é hoje caracterizada por ser uma referência, tanto a nível nacional como internacional. Esta instituição académica apoia-se numa forte componente tecnológica, cultural e criativa. Segundo o seu site oficial¹ é frequentada por cerca de 15000 alunos, nos diversos programas de graduação e pós-graduação que esta oferece.

Mesmo estando a Universidade de Aveiro suportada pelos seus diversos componentes tecnológicos, culturais e criativos, existem sempre aspetos que funcionam menos bem e lacunas a colmatar.

¹ <http://www.ua.pt>

² Consultar *Inquérito 1* em anexo

É neste contexto que foi identificada uma área passível de ser intervencionada no contacto do presente trabalho.

Em alguns cursos, como são exemplo o de Design e Música, está presente uma maior informalidade da qual resulta uma proximidade entre alunos e professores. No entanto, é notória a existência de outras áreas e cursos em que não está presente essa proximidade resultante de um maior à-vontade entre alunos e professores, e eventualmente, por isso, não haver uma maior troca e partilha de saberes e experiências como seria desejado.

A partir de um inquérito² desenvolvido para esta dissertação foi constatado que existe interesse e necessidade por parte de alunos e professores para uma maior proximidade, interação e partilha, sendo que as ferramentas que existem atualmente para este fim, não estão otimizadas para este efeito, acabando por não responder às necessidades nem às funções desejadas.

Torna-se assim importante criar uma plataforma que possa fortalecer e colmatar esta carência, na tentativa de reforçar laços, transformar e acrescentar mais valor a todo o desenvolvimento tecnológico, projetual e através de uma partilha de conhecimento mais eficaz, que deve estar presente nesta instituição académica. Passa a ser necessário haver um agente de mediação interna na Universidade de Aveiro entre os indivíduos que a constituem, que permitirá uma comunicação mais próxima e uma partilha mais direcionada e focada no sentido de gerar mais abordagens multidisciplinares.

Neste sentido, uma plataforma online inserida em âmbito académico, como mediadora entre os atores, que melhore os processos de comunicação e interação entre alunos, professores e diferentes áreas científicas. Esta plataforma deverá disponibilizar uma interação mais abrangente e direta entre potenciais interesses comuns, ou seja, um fluxo de informação mais rápido, direto e objetivo, permitindo e disponibilizando um contexto de todos para todos.

Assim, dentro deste contexto, a questão de investigação é:

Como catalisar numa comunidade a interligação entre indivíduos com diferentes saberes no sentido de promover a troca de saberes e a criação de projectos multidisciplinares?



2 Enquadramento teórico

2.1 Design e o seu papel atual

No desenvolvimento do presente trabalho, surgem várias áreas que se mostram pertinentes para a sua contextualização. Sendo que, é necessário começar por identificar o design, já que esta é por sublimidade a disciplina de atuação em projeto e que dá origem à presente dissertação.

Esta é uma disciplina que, ao longo das últimas décadas, não tem construído uma definição completamente unânime entre estudiosos, profissionais e críticos que a constituem. Acabando assim por serem criados diversos significados, que expandem os limites das suas definições, enriquecendo a área, o seu significado e conceito.

Na obra “Design Dictionary” de Erlhoff e Marshall, os autores referem que “é impossível garantir uma definição única e autoritária” (2008: 104) do termo design. Estes continuam as suas referências expressando que o design não existe como uma disciplina exclusiva, “mas atua sim de forma a integrar na sua área de atuação uma gama de conhecimentos académicos, económicos e ambientais, científicos e artísticos, conhecimentos e opiniões juntamente com o processo quotidiano de uma experiência vivida em artefactos, sistemas e processos de construção das nossas vidas.” (ERLHOFF, 2008: 108). O design tende assim a ultrapassar os seus limites, quebrando barreiras na tentativa de sincronizar múltiplos conhecimentos e perspectivas.

Esta disciplina é subdividida e composta por vários ramos, onde por exemplo surge: design de comunicação e gráfico, design de produto, design de serviços, design de interação e até food design. Esta tendência do design em explorar as várias ferramentas que a compõem, faz com que esta se constitua de “qualidades interdisciplinares intrínsecas para um processo”. (ERLHOFF, 2008: 108).

Assim, podemos considerar e perceber o design como sendo uma atividade inter/trans/multidisciplinar, pois esta envolve relações entre várias disciplinas ou áreas de conhecimento. Pode-se afirmar portanto que, o design não diz respeito unicamente a designers e vai para além da simples projeção de objetos (ERLHOFF, 2008).

Dimensão do design

Começa a ser criada uma nova consciencialização entre organizações,

comunidades e sociedades sobre o papel do design e a sua gestão de processos, a sua capacidade para atingir objetivos estratégicos, contribuindo para a resolução de problemas e realização de tarefas de forma mais otimizada e eficaz.

“Tal como acontece com outras disciplinas, o Design foi desenvolvendo e incorporando novos conhecimentos e valências, e é hoje parte integrante e incontornável nas políticas e estratégias de gestão. Ferramenta inquestionável para o desenvolvimento, a inovação e a competitividade das empresas e instituições, são-lhe reconhecidos o contributo e impacto na economia e sociedade.” (Beatriz Vidal in PROVIDÊNCIA, 2008: 7).

O design como meta-disciplina, distingue e está assente em diferentes níveis de representação, sendo esta uma disciplina que une várias vertentes na sua prática, e portanto, ativa, válida e atinge diferentes representações no seu processo de criação. O designer Francisco Providência, reflete sobre os diferentes níveis de representação, afirmando que:

“A identificação da finalidade prática do objeto criado (destino), a identificação da sua função simbólica (destinação) e o(s) autor(es) da sua conformação (o projetista propriamente dito, a tecnologia adoptada e o programa funcional previsto). Estas três entidades poderão ser observadas em qualquer artefacto desenhado; a sua identificação permitirá uma análise mais crítica, contribuindo para o processo da sua inovação. (...) as tecnologias de produção disponíveis (produção industrial ou conceptual), o programa funcional atribuído ao novo produto (programa) e as sinergias culturais do seu autor singular ou coletivo; em cada uma das suas obras, correlaciona 3 factores: autor, programa e tecnologia (...) A singularidade do design afirma-se, por um lado, pelo generalismo do seu contributo, sempre apto a encontrar pontes de relacionamento com outros intervenientes do processo produtivo e, por outro, pela especialização na cultura, condição de humanização da tecnologia, de resposta aos anseios mais profundos do consumidor, prospecionando novos modos de vida, mais aptos à sobrevivência da espécie.” (PROVIDÊNCIA, 2008: 17 e 18).

O design tem vindo a construir e conquistar a sua dimensão, com base no seu processo evolutivo e na prestação das mais diversas tarefas. É a sua capacidade de resposta e ampla versatilidade que fazem desta disciplina um agente mediador entre entidades, serviços e pessoas.

2.2 Gestão de Design como uma estratégia organizacional

A relação entre a sociedade e o design nem sempre é concordante e automática. Esta disciplina tende a estar sempre atenta através dos seus autores e das suas ferramentas, de forma a poder responder de forma mais criativa, funcional e objetiva. O papel do design é cada vez mais ativo e preponderante no funcionamento e gestão das comunidades e sociedades atuais.



Figura 1 | Francisco Providência

FRANCISCO PROVIDÊNCIA
Nascido em Coimbra e doutorado em Design pela Universidade de Aveiro. Foi professor na FBAUP, FAUP e UA, onde ainda leciona e é também investigador do ID+. Em 1985 começa actividade profissional em atelier próprio. Teve participação em várias exposições nacionais e internacionais de Design. Foi também distinguido com os Prémios Nacionais de Design, nas áreas de Comunicação, Ambiente e Equipamento pelo Centro Português de Design.

“O design vive em simbiose com a sociedade, dando resposta às suas ambições e dificuldades, antecipando-a no desejo de futuro. Não se pode dizer que seja seu produto natural ou automático, e nem sempre a relação entre ambas é concordante; por vezes contrariam-se, corrigindo o design o que a sociedade não quer ver.” (PROVIDÊNCIA, 2008: 72).

É, de facto, fascinante observar a evolução que as sociedades e comunidades têm sofrido ao longo dos séculos. A quantidade de informação a que os indivíduos têm hoje acesso, é quase infindável. Os hábitos alteraram-se profundamente e os indivíduos por vezes não se adaptam da maneira mais desejada. É então, precisamente nesse ponto, que o design tende a ser fulcral e guiar os indivíduos da forma mais indicada, tendo como objetivo, a reestruturação de uma nova relação de partilha e troca de saberes e experiências, de forma a garantir uma nova organização e gestão dos indivíduos dentro das suas comunidades e sociedade. Michel Authier e Pierre Levy retratam estas alterações sociais, afirmando que, “as novas condições de vida económica e social alteraram profundamente a relação com o saber, construída nos séculos anteriores (...)”. (AUTHIER, 1996: 214).

O design, através das suas práticas e contribuições em questões de ordem estratégica, estrutural, funcional e semântica, consegue ser:

“uma das características básicas do que significa ser humano e um elemento determinante da qualidade de vida das pessoas. Ele afeta o mundo inteiro em todos os detalhes e em todos os aspectos de tudo o que as pessoas fazem ao longo do dia.” (HESKETT, 2008).

Segundo Bernhard Burdek (1999), em 1907 o arquiteto Peter Behrens, um dos primeiros membros da Werkbund, comandava (como diretor artístico) a Allgemeinen Elektricitäts Gesellschaft (AEG), desenhando todos os seus produtos, a fábrica, habitações para funcionários, identidade e desenhos publicitários. Foi o primeiro designer corporativo, ou a considerar a projeção da imagem sobre o público.

Para Brigitte Mozota (2002) e Jean-Paul Joseph (2013), a Gestão de Design acompanha as evoluções da gestão, que passou de um modelo taylorista para uma organização inteligente, flexível, que encoraja

a tomada de decisões de risco, autonomia e a iniciativa, orientada para o utilizador, a gestão de projetos e a qualidade total, ajudando à mudança da cultura organizacional.

A gestão do design deve planejar e coordenar as estratégias correspondentes aos objetivos e possibilidades das comunidades, motivando os indivíduos, controlando e gerindo projetos, de forma a assegurar que todos os objetivos são cumpridos e que todos executam as tarefas delineadas.

“(...) implementar um modelo de gestão estratégico, requer o compartilhamento de pessoas e o desenvolvimento (...) Dentro de uma comunidade criativa, é fundamental a partilha entre os indivíduos e, é aí que entra a gestão do design. Na facilitação e organização de processos, de forma a tornar tudo mais transparente, fluido e simples.”. (MONTEIRO, 2003)

Como já foi referido anteriormente neste capítulo, começa a ser criada uma nova consciencialização entre as organizações, comunidades e sociedades de que o design e a gestão de design, são uma mais valia para atingir objetivos estratégicos. A designer Kathryn Best (2009: 12), afirma que existe também “um crescente desejo de compreender as ferramentas do design (os métodos e as formas de pensar que o processo de design tem) e o planeamento e implementação de design que efetivamente a gestão de design pode trazer.”.

A gestão de design deve ter um papel ativo e presente nos diferentes processos. Sendo que é fulcral que esteja presente a vários níveis, estratégico, tático, operacional, funcional. O papel da gestão é ter uma função constantemente direcionada e focada na resolução e facilitação de processos e no pensamento estratégico.

Best afirma que, num contexto mais alargado, existe uma mudança de paradigma de economias industriais para: “economias de conhecimento, de processos baseados na informação de acordos comerciais ou restrições nacionais e internacionais para desafios de mercados cada vez mais competitivos de economias emergentes e em expansão em todo o mundo. Em termos de design, este impacto é aparente na evolução do design de “estilo e estética” para meios de melhorar produtos, serviços, processos e operações. O focus no design está agora no melhoramento dos serviços aos clientes e suas experiências em criar estratégias mais eficazes e na redução de desperdício. É inevitável que neste contexto de mudança a forma como o design é gerido também mude.” Best (2009: 16).

A gestão de design, é cada vez mais uma ferramenta fulcral da disciplina de design. A sua aplicação e replicação está a tornar-se cada vez mais

importante e influente na resolução e criação de processos. Sendo que esta é uma ferramenta que se replica e readapta facilmente tendo em conta os diferentes projetos, ações, necessidades que se imponham, e tal como Best (2009: 16) diz, “(...) são precisas diferentes abordagens de gestão de design para cada contexto.”.

2.3 Ferramentas e processos de envolvimento para o conhecimento

“(...) a diversidade e o afluxo dos saberes são hoje de tal monta que nenhum indivíduo, mas sobretudo nenhum grupo fechado consegue possuir o conjunto dos conhecimentos como era ainda possível nas sociedades arcaicas ou tradicionais.” (AUTHIER, 1996: 214).

Todos os indivíduos possuem saberes, uns mais que outros, uns numas áreas outros noutras. Como é visível, hoje “o oceano de saber é tão grande que devemos todos aprender uns com os outros e não devemos excluir à priori nenhuma competência. Já não há inteligência nem eficácia possível fora da livre troca dos saberes e do saber-fazer.” (AUTHIER, 1996: 214).

“O pensamento pensa e a imaginação vê”, é o título dado a um dos capítulos do livro “Fantasia” de Bruno Munari. Enquanto que o pensamento faz-nos explorar, idealizar e colocar várias coisas em causa, a imaginação é o que dá cor e forma ao pensamento, e nos permite “observar” aquilo que pensamos e posteriormente imaginamos.

“O mundo exterior ao indivíduo é explorado pela inteligência mediante manipulações e operações lógicas, com o objetivo de procurar, perceber as coisas e os fenómenos que nos rodeiam. A visão, a audição, o tacto e todos os outros receptores sensoriais entram em ação simultaneamente e a inteligência procura coordenar todo o tipo de sensação para tomar consciência do que se está a passar. Em seguida tudo o que é percebido é depois fixado na memória, nos três sectores principais, ou seja, no de curta duração, no de longa duração ou no que tem funções genéticas.” (MUNARI, 2007: 21).

As relações que criamos só podem ser concebidas por aquilo que se conhece e se sabe. Através de conhecimentos adquiridos e validados, a fantasia, criatividade e invenção nascem das “relações que o pensamento cria com o que conhece. É evidente que não pode criar relações entre coisas que não conhece e nem sequer entre coisas que conhece e coisas que não conhece.”. (MUNARI, 2007: 31).

Todos nós possuímos saber, esta é uma dimensão que está intrínseca na humanidade e que não conhece limites. Sendo que, as ferramentas e processos de envolvimento e partilha para um conhecimento que deve estar presente na humanidade, nem sempre é conduzida e composta da melhor forma. Michel Authier e Pierre Lévy afirmam que, nunca sabemos tudo e que todo o saber está na humanidade (AUTHIER, 1996: 120 e 121).

Estes dois autores, no seu livro “As árvores do conhecimento”, exploram e testam um sistema de partilha e troca de saberes dentro de diferentes comunidades, pequenas e grandes empresas como são exemplo, a Eletricidade de França (EDF), Gás de França (GDF), PSA



Figura 2 | Bruno Munari

BRUNO MUNARI

Nasce a 24 de Outubro de 1907 em Milão (Itália), onde também falece, a 30 de Setembro de 1998. Artista e designer, contribuiu com diversos fundamentos em diferentes campos das artes visuais (pintura, escultura, cinema, design gráfico e industrial) e também noutros domínios da arte (literatura, poesia, didática), com diferentes investigações sobre o tema do jogo, a infância e a criatividade.



Figura 3 | Michel Authier

MICHEL AUTHIER

Nasceu em 1949, trabalhou e publicou nos domínios da sociologia, da história das ciências e do teatro. Foi presidente da *TriVium*, S.A., que co-fundou com Michel Serres e Pierre Lévy, empresa esta que desenvolve e comercializa *Gingo*, o *software* das Árvores do saber.

(Citroen e Peugeot), a Comissão de Energia Atómica (CEA) entre outras, de forma a criar e gerir um novo envolvimento do conhecimento. Authier e Lévy afirmam que, o avanço dos conhecimentos exatos tornou-se principal fator de transformação do trabalho, dos modos de vida e das formas de comunicar (AUTHIER, 1996: 122).

As ferramentas e processos que podem ser criados para capacitar a aprendizagem permanente dos indivíduos e grupos surge cada vez mais como uma qualidade intrínseca no desenvolvimento das comunidades atuais. Tal como Authier e Lévy refletem:

“hoje os conhecimentos não só evoluem muito depressa como sobretudo comandam as transformações das outras esferas da vida coletiva (...) Dora-vante, é no espaço do saber que se investem prioritariamente as estratégias dos atores sociais (...) a terra e o capital sempre existiram, mas hoje a sua valorização depende dos processos que se desenrolam num outro espaço, o do conhecimento.” (AUTHIER, 1996: 122).

O espaço dedicado ao conhecimento deve ser aprofundado e interligado, para assim, ser colocado em prática o seu envolvimento entre indivíduos, de forma a validar ferramentas e processos de articulação de uma gestão de conhecimento mais abrangente, organizada e eficaz.



Figura 4 | Pierre Lévy

PIERRE LÉVY

Nasceu em 1956, é filósofo, professor no departamento de hipermédias da Universidade de Paris - VIII, conselheiro científico da sociedade *Trivium*. É também autor de diversas obras literárias.



3 Cooperação e interação

3.1 Enquadramento do projeto

O presente projeto surge de uma lacuna verificada ao longo do interesse em melhorar e aperfeiçoar a forma de comunicar no âmbito académico entre alunos e professores, em particular na Universidade de Aveiro.

O envolvimento neste projeto teve início no ano letivo 2012/2013. Após a observação de diferentes realidades, a quando da possibilidade de efetuar o programa Erasmus no *Politecnico di Milano* (Milão, Itália), durante o Mestrado em Design, foi notório que nas nossas comunidades académicas falta algo mais, mais comunicação e interação, algo que está enraizado na comunidade académica do *Politecnico di Milano*.

É a partir daqui que surge a ideia e necessidade de intervir na comunidade académica de Aveiro, através de um agente/sistema interno que possa gerir e interligar as pessoas, permitindo uma comunicação mais fluida, uma interação mais eficaz e a partilha de conhecimento e saberes.

Esta proposta pretende redefinir e reconstruir a forma como indivíduos pertencentes a diferentes áreas que compõem uma comunidade, podem comunicar e interagir. Através da disciplina de design e das ferramentas que a compõem, será importante proporcionar uma nova experiência às pessoas, com a pretensão de fazer da Universidade de Aveiro uma comunidade mais dedicada, atenta e disposta, garantindo uma valorização de todos os atores, assim como da própria instituição.

3.2 Cultura organizacional

Nos dias de hoje, a forma como comunicamos com os outros alterou-se profundamente. Tendo em atenção as constantes inovações a que estamos propensos, a forma como comunicamos tem sido sujeita a constantes alterações.

Edgar Schein refere que, com a evolução das formas de comunicação, “é um facto que as relações interculturais se têm vindo a perder ou a deteriorar. E com isto cada vez dispensamos menos tempo a ouvir e perceber em que estado está a cultura onde cada um de nós está inserido e, dispensamos cada vez mais tempo em tentar adivinhar a cultura em que outros estão inseridos, e culturas estas sobre as quais não temos qualquer informação.”. (SCHEIN, 1997).

Estas alterações devem-se a vários factores, como a internet, as redes sociais, os telefones e telemóveis, etc. Estes fatores evolucionários, tem feito com que enquanto grupos de indivíduos, deixemos de ser tão próximos e tenhamos uma postura mais fria e menos preocupada com quem nos rodeia. Apesar destes meios de comunicação englobarem vantagens, a verdade é que, por outro lado, faz com que nos afastemos da cultura em que estamos inseridos e na qual nos fomos maturando e crescendo como pessoa. Novas culturas e formas de comunicação foram desenvolvidas e readaptadas tendo em conta estas novas formas de comunicação e interação.

O contacto cultural e a partilha de experiências e saberes provenientes de diferentes ambientes culturais é bastante interessante. Mas para isso, é necessário haver uma comunicação e interação entre indivíduos, mais fluída, interativa e dinâmica. Que possa explorar um novo método de comunicação intercultural, através de novos sistemas. Edgar Schein refere que, muitos problemas que antigamente eram vistos como “simples falhas de comunicação” ou “carência de trabalho em equipa” começam agora a ser melhor compreendidos como uma quebra de comunicação intercultural.

“Palavras utilizadas normalmente relacionadas com cultura, enfatizam um dos seus aspectos críticos - a ideia de que certas coisas em grupo são compartilhadas e mantidas em comum. As categorias principais de tais fenómenos evidentes que estão associados com a cultura, são as seguintes: 1) Observar a regularidade comportamental quando as pessoas interagem; 2) Normas de grupo; 3) Valores defendidos; 4) Filosofia formal; 5) Regras do jogo; 6) Ambiente; 7) Competências integradas; 8) Hábitos de pensamento, modelos mentais e/ou paradigmas linguísticos; 9) Significados partilhados; 10) “Metáforas de raiz” ou símbolos integrados. Todos estes conceitos retratam a forma como grupos lidam, interagem e partilham a cultura, sendo que não se pode afirmar que nenhum destes conceitos seja ele próprio e de forma individual, a cultura.” (SCHEIN, 1997: 8 a 10).

A cultura tem um papel de destaque na vida de cada pessoa, tanto individualmente, como posteriormente quando aplicada em grupo. Cultura, não é uma palavra utilizada com regularidade, talvez por ter um significado algo abrangente e ter uma conotação um pouco pesada. Dentro da cultura de cada pessoa estão impostos e implícitos valores, ideais e até pressupostos que dão forma à essência, valores e ambições daquilo que cada um é e aplica.

“Se alguém perguntar a si mesmo para que é necessária a palavra “cultura” em tudo, quando temos tantas outras palavras tais como, normas, valores, padrões de comportamento, rituais, tradições, e muito mais, essa mesma pessoa reconhece que a palavra “cultura” acrescenta dois outros elementos fundamentais para o conceito de partilha.

Um desses elementos é que a cultura implica algum nível de estabilidade estrutural no grupo. Quando dizemos que algo é “cultural”, implica que não é apenas partilhado, mas profundo e estável. Por profundo, pretendo dizer menos consciente, menos tangível e menos visível. O outro elemento que dá estabilidade é a padronização ou integração dos elementos num paradigma maior ou gestalt que une os vários elementos e que se encontra num nível mais profundo. De certa forma a cultura implica que os rituais, clima, valores e comportamentos se unam num todo coerente. Esta padronização ou integração é a “essência” do que entendemos por “cultura”. Então como vamos pensar e definir formalmente essa essência? A forma mais útil de pensar a cultura é vê-la como a aprendizagem acumulada e compartilhada de um determinado grupo, abrangendo elementos comportamentais, emocionais e cognitivos de membros do grupo num total funcionamento psicológico (...).” (SCHEIN, 1997: 9 e 10).

A cultura deve representar um todo coerente, sendo que essa coerência deve ser continuamente contestada por cada pessoa. A dúvida e o desacordo são naturais e uma mais valia nos processos e interações entre indivíduos, sendo que é importante provocar o debate de ideias e pontos de vista, de forma a desafiar a reflexão, a troca e partilha de ideias. Através da contestação de ideias e ideais não se pretende desencadear um debate negativo, mas sim ir em busca de algo enriquecedor e que provoque experiências compartilhadas. Schein refere, que “a ambiguidade e o conflito também resultam do facto de cada um de nós pertencer a vários grupos” (SCHEIN, 1997: 9 e 10), o que beneficia os processo de maturação de conceitos, saberes e experiências, enriquecendo não só a nível pessoal, mas também na interação com os diversos grupos a que cada pessoa pertence.

É importante que dentro de um grupo surja a dúvida e o desacordo. Tendo em conta que cada indivíduo é influenciado por toda a cultura que foi adquirindo ao longo do seu percurso de vida e, é também influenciado pelos vários subgrupos aos quais faz parte, é natural haver dentro de um grupo/comunidade, dúvidas entre indivíduos que têm ideias e ideais completamente distintos. Sendo que é importante que cada grupo/comunidade utilize as dúvidas e desacordos que surgem, de forma positiva, levando a que os elementos constituintes, reflitam e se questionem uns

aos outros, de forma a que todos se respeitem e entendam o que cada um pretende transmitir, tirando daí todas as mais valias possíveis.

Uma boa comunicação é um pressuposto básico para uma sóbria sobrevivência de grupos e comunidades, através de uma linguagem simples, direta e comum. É claro que todos tendem a criar suposições sobre os mais diversos assuntos, sobre aquilo que se conhece e também sobre o que se desconhece, mas isso é algo que se faz de forma auto-consciente e é inerente à capacidade humana. Todos os grupos lidam com diversos problemas. Schein, define dois grandes conjuntos de problemas que todos os grupos, não importa o tamanho, deve lidar com: “(1) sobrevivência, crescimento e adaptação ao seu ambiente e (2) integração interna que permite o funcionamento diário e a capacidade de adaptação.” (SCHEIN, 1997: 11). Segundo o autor, podemos definir a cultura como, aprendizagem acumulada e partilhada com um grupo, abrangendo elementos comportamentais, emocionais e cognitivos (SCHEIN, 1997).

Podemos deduzir que, a cultura de grupo, através dos indivíduos que a compõem e organizam, deve estar predisposta e disponível a uma readaptação constante, a uma interação dinâmica e abrangente, composta por confiança, lealdade e receptividade. Através dos pressupostos básicos culturais que cada um transporta consigo podemos perceber que “as relações humanas estão profundamente ligadas não apenas a suposições sobre a natureza e a atividade humana, mas também a suposições sobre tempo, espaço e natureza da verdade.” (SCHEIN, 1997: 123).

3.3 Comunidades Criativas

As comunidades criativas são maioritariamente criadas por pessoas que se tentam antecipar aos processos de mudança necessários para o desenvolvimento da sociedade. São casos em que um conjunto de indivíduos tenta servir de exemplo e faz por dar um passo mais à frente em favor de toda a comunidade.

Para Ezio Manzini (2008: 104) as “comunidades criativas” podem ser definidas como grupos de pessoas que se organizam por iniciativa própria, a nível local, transformando as suas comunidades em locais melhores para viver, trabalhar, aprender, interagir e resolver problemas sócio-ambientais. Estes grupos criam assim pequenas contribuições que se antecipam à grande mudança necessária para a sociedade se reorientar na direção da sustentabilidade. Manzini (2008: 65 e) refere que as comunidades criativas, são grupos que possuem modos de vida comuns, onde partilham espaços e serviços.

Comunidades criativas geram soluções capazes de responder a todas essas questões. Perguntas que são tão corriqueiras quanto radicais, onde Manzini diz que “as comunidades criativas aplicam a sua criatividade para quebrar os modelos dominantes de pensar e fazer e, com isso, conscientemente ou não, geram as descontinuidades locais (...).” (MANZINI, 2008: 65).

Estes grupos (comunidades criativas) unem-se nas adversidades, na tentativa de unificarem as mais valias e capacidades de cada um, produzindo mais e melhores soluções que levem ao maior benefício social (de todos, para todos). O princípio fundamental destas mobilizações de indivíduos de uma comunidade é a colaboração. É com este princípio de colaboração que esta proposta se pretende inserir. Direcionada para a comunidade académica, em particular para a Universidade de Aveiro, pretende reorganizar de forma mais aproximada e colaborativa os indivíduos pertencentes e essenciais para o bem estar e perfeito estado de saúde desta comunidade que está em constante mutação.

O trabalho e a utilização que é feita nestas comunidades tende a ser realizada maioritariamente num espaço comum e perfeitamente enraizado por todos, assim como refere Anna Meroni, “comunidades criativas são profundamente enraizadas num lugar, fazendo bom uso das fontes locais e, direta ou indiretamente, promovem novas formas de trocas sociais.” (MERONI, 2007).

Estas comunidades são compostas por indivíduos com conhecimentos distintos, mas que compartilham a mesma ética e a mesma proveniên-

cia de relações sociais, fortalecendo e unificando os laços entre si. Tendo isto em conta, os indivíduos participantes destas comunidades são considerados “(...) pessoas que, de forma colaborativa, inventam, aprimoram e gerem soluções inovadoras para novos modos de vida.” (MERONI, 2007). Por isso mesmo, e para além de serem comunidades colaborativas, são também comunidades criativas, onde “(...) aplicam a sua criatividade para quebrar os modelos dominantes de pensar e fazer e, com isso, conscientemente ou não, geram as descontinuidades locais (...)” (MANZINI, 2008: 65).

Estas comunidades são tanto compostas pelos atores (principais) sociais ativos e participantes, como por colaboradores. Sergio Buarque, refere que, “grupos sociais e segmentos diferenciados da sociedade, constituem conjuntos relativamente homogêneos, segundo a sua posição na vida económica e na vida sociocultural, e que, pela sua prática colectiva, constroem identidades, interesses e visões do mundo convergentes.”. (BUARQUE, 2008).

A possibilidade de dentro de uma comunidade académica, conseguir conjugar grupos formados por indivíduos com identidades diversas, com estatutos, formas de pensar, agir e saberes diferentes, faz desta uma comunidade com capacidades e ambições enormes, mas que são subaproveitadas. É importante por isso aproximar os indivíduos constituintes desta comunidade, para que haja troca e partilha de saberes entre os mesmos, aproximando interesses, objetivos e formas de agir e pensar comuns, levando à criação de redes projetuais.

Ezio Manzini retrata que, o design é capaz de potencializar o desenvolvimento de comunidades, através da compreensão das suas formas criativas de organização/produção, o que possibilita a criação de conhecimentos, técnicas e ferramentas a serem aplicadas nas demais organizações. (MANZINI, 2008: 104).

É por isso importante que a disciplina do Design tenha um papel de destaque no contexto das comunidades criativas. Esta disciplina pode proporcionar inovações importantes nos modelos de produção e atuação destas comunidades, transformando e ampliando o quotidiano dos indivíduos envolvidos, gerando uma nova produtividade com o objetivo de os manter continuamente ativos e interessados. Torna-se necessário, a partir de estratégias de Gestão de Design auxiliar estas comunidades.

“(...) onde quer que as mudanças sejam rápidas e profundas, comunidades criativas aparecerão e, uma vez que tenham sido geradas, elas movem-se e adaptam-se à especificidade dos diferentes contextos: um movimento de ideias e experiências que pode caminhar em todas as direções, do Norte para o Sul, do Oeste para o Leste e vice-versa.” (MANZINI, 2008: 75).

A incorporação de alguns conceitos provenientes do planejamento estratégico num processo de gestão de design, poderia auxiliar na elaboração da estratégia dessas comunidades.

No entanto, segundo Meroni (2007), uma comunidade criativa não pode ser projetada, não obstante o design poder ser dos elementos que identifica e promove o seu desenvolvimento. Assim, os territórios regionais podem beneficiar da aproximação estratégica do design, que é capaz de ligar pessoas e lugares com uma visão diferente de desenvolvimento, onde os recursos locais e a criatividade das pessoas são focadas na tarefa desafiante de cuidar das relações humanas.

É por isso importante gerar estratégias de catalisar a criação, organização e desenvolvimento destas comunidades, proporcionando competências e não dependência.

“O projeto de transformação reconhece que o design nunca está terminado. Porque as empresas hoje funcionam num ambiente de constante mudança, o desafio não é o de projetar uma resposta a uma questão atual, mas como conceber um meio de responder continuamente, adaptando e inovando.”
(BURNES, 2006: 21).

3.4 Inteligência coletiva

O espaço dedicado ao conhecimento é normalmente ativado quando se experiencia relações fundadas na valorização dos indivíduos através do seu conhecimento e experiência. A riqueza coletiva, formada através de integração social e experienciada através de um processo dinâmico de partilha de conhecimentos e saberes não tem limites.

Pierre Lévy, define a inteligência coletiva, como sendo “uma inteligência que está dividida por toda a parte, que é valorizada constantemente, coordenada em tempo real, que conduz a uma mobilização efetiva das competências (...) o objetivo da inteligência coletiva é o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas.” (LÉVY: 2007).

A inteligência coletiva pretende abranger e proporcionar o desenvolvimento de indivíduos, através de processos de valorização das competências individuais de cada um. Sendo que, esta valorização deve ser trabalhada em uníssono com uma maior interação e partilha entre indivíduos. Só através de uma interação e comunicação mais esclarecidas, direcionadas e descentralizadas se poderá proporcionar um desenvolvimento de todos, para todos.

A inteligência coletiva caracteriza toda a interação humana. É importante saber utilizar a inteligência e saber individual numa atuação coletiva e ampla. James Surowiecki (2007: 37) diz que, “quase podíamos afirmar que estamos programados para ser coletivamente inteligentes.”. O autor identifica quatro condições que caracterizam as “multidões sábias”:

“(...) diversidade de opinião (cada pessoa deve possuir uma informação particular, mesmo que seja apenas uma interpretação excêntrica dos factos conhecidos), independência (as opiniões das pessoas não são determinadas pelas opiniões das que as rodeiam), descentralização (as pessoas são capazes de especializar-se e basear-se num conhecimento local), e agregação (a existência de um mecanismo que transforme os juízos individuais numa decisão coletiva).” (SUROWIECKI, 2007: 36).

James Gardner March afirma que “O benefício vem da diversidade.”. Tal como March afirma, é bastante importante haver diversidade dentro de um grupo de trabalho. Seja através de diferentes culturas, opiniões, saberes, áreas, etc. É importante que a diversidade contribua não apenas para adicionar diferentes perspetivas ao grupo, mas também para: “tornar mais fácil aos indivíduos dizerem aquilo que realmente pensam (...) uma opinião independente é um ingrediente crucial nas boas decisões coletivas e uma das coisas mais difíceis de manter intactas. Uma vez que a diversidade ajuda a manter essa independência, é difícil ter um grupo sensato sem ela.”. (SUROWIECKI, 2007: 67)

A capacidade de diferentes indivíduos absorverem e saberem gerir diferentes opiniões e pontos de vista, concebendo a partir daí uma opinião de grupo bem formada, com raízes bem assentes e sustentadas. Tendo em conta que a opinião gerada pelos vários indivíduos pertencentes a um grupo, é numa fase embrionária gerada de forma individual, pois “a independência não significa isolamento, mas uma relativa liberdade da influência os outros.” (SUROWIECKI, 2007: 69). Tendo em conta que todos os indivíduos têm a sua independência, o que em certa medida expressa a emancipação de opiniões que cada um deve ter antes de mais nada. Assim sendo, um grupo tem mais probabilidades de chegar a uma boa decisão, se os elementos que o compõem, forem independentes uns dos outros (opinião própria e autónoma). “Os grupos mais inteligentes são, portanto, formados por indivíduos com perspectivas diferentes e capazes de se manterem independentes uns dos outros.” (SUROWIECKI, 2007: 69).

Esta noção de independência não deve ser vista de forma negativa, mas sim como uma forma racional, prática e mais autónoma de cada um conceber os seus próprios princípios e dar a conhecer a sua cultura. Tal como Surowiecki explica:

“A independência é importante para obter decisões inteligentes, por dois motivos. Em primeiro lugar, evita-se a correlação dos erros cometidos pelas pessoas. Os erros individuais não prejudicam o juízo coletivo do grupo, excepto quando todos os erros apontam sistematicamente na mesma direção. Uma das formas mais rápidas de predispor sistematicamente a opinião do grupo numa determinada direção reside em fazer com que os seus membros dependam uns dos outros para adquirir informação. Em segundo lugar, é mais provável que indivíduos independentes tragam dados novos, em vez de repetirem a informação conhecida por todos.” (2007: 69).

Este conceito pretende estimular novas dinâmicas, através do reconhecimento e mobilização de competências, sendo que para tal, está implícita a valorização “técnica, económica, jurídica e de inteligência humana” (LÉVY: 2007). O ideal de inteligência coletiva pretende provocar as pessoas, levando-as a uma extrapolação das suas barreiras de segurança e conforto.

Segundo Surowiecki, “os grupos mais inteligentes são, portanto, formados por indivíduos com perspectivas diferentes e capazes de se manterem independentes uns dos outros” (2007: 69). É importante que cada um saiba distanciar-se do outro de forma saudável, para que possam ser discutidos diferentes pontos de vista, e cada um possa opinar consoante a sua perspectiva, e daí surjam as melhores conclusões possíveis.

O respeito, o conhecimento e o saber ouvir, fazem parte das práticas de grupo e, da evolução individual de cada um enquanto pessoa. É a partir



Figura 5 | Herbert Simon

HERBERT SIMON

Economista, nascido a 15 de Junho de 1916, vem posteriormente a falecer a 9 de Fevereiro de 2001. Descrito muitas vezes como um polímata, foi investigador nos campos da psicologia cognitiva, informática, administração pública, sociologia económica e filosofia. Em 1978 é-lhe atribuído o Prémio Nobel de Economia, pela sua investigação sobre “processos de tomada de decisões dentro de organizações económicas”.

daqui que cada um se forma e evolui, pois, “desejamos aprender uns com os outros e a aprendizagem é um processo social. Os bairros em que vivemos, as escolas onde estudamos e as empresas em que trabalhamos configuram as nossas formas de pensar e de sentir.” (SUROWIECKY, 2007: 70).

Como escreveu Herbert Simon, “Um homem não ocupa durante meses ou anos um determinado cargo numa empresa, exposto a determinadas correntes de comunicação e afastado de outras, sem acusar os mais profundos efeitos sobre o que sabe, crê, espera, observa, deseja, avalia, receia e propõe.”.

Surowiecky lembra que, as decisões coletivas têm mais probabilidades de serem boas quando partem de pessoas com opiniões distintas que chegam a conclusões independentes, baseando-se sobretudo na informação privada que dispõem.

Hoje, somos bombardeados por informação, seja através da internet, redes sociais, televisões, rádio, jornais, revistas, etc. Além de ser uma quantidade de informação incalculável, muita desta, é falsa ou deturpada. Torna-se assim cada vez mais imprescindível saber absorver as informações mais fidedignas, filtrá-las e construir a partir daí a opinião pessoal. Posteriormente esta informação deve ser partilhada com amigos, familiares, colegas de trabalho, etc., de forma a tentar perceber quais as opiniões de outros indivíduos, fazendo um *match up* de informações e perceber se a opinião pessoal tem alguma razão de ser e se vai de encontro ao que os outros indivíduos também filtraram.

Ainda assim, e apesar da quantidade de informação ser cada vez maior, tal como Surowiecky (2007: 86) declara, “as informações relevantes transmitem-se rapidamente através do todo o sistema, mesmo na ausência de qualquer tipo de autoridade central.”. Ou seja, mesmo sem haver uma entidade ou indivíduo a fazer uma filtragem de informação, tanto em termos de quantidade como em termos de relevância, estas tendem a propagar-se mais rapidamente.

É aqui que surge a importância dos indivíduos que são mais seguros de si. Estes tendem a ter mais relevância num grupo, pois “não são tão propensos a deixar-se levar por uma cascata de informação negativa e, em circunstâncias adequadas, conseguem inclusive rompe-la.” (SUROWIECKY, 2007: 89). Estes mantêm a sua opinião, fazendo com que os outros indivíduos possam pensar duas vezes na informação que recebem.

Outro tema preponderante na inteligência coletiva dos dias de hoje, é sem dúvida, a internet. O crescimento e maturação da internet

ao longo dos anos, foi sendo afunilado e guiado no contexto da inteligência e cooperação coletiva, sem qualquer necessidade de haver figuras centrais e/ou hierarquias.

Surowiecky também toca este tema assegurando que:

“O crescente interesse relativo à sabedoria coletiva resulta de diversos fatores, mas julgo que em muitos aspetos se relaciona com o acréscimo de importância da internet. Deve-se em parte, segundo creio, a que o espírito da net respeita e investe na noção da sabedoria coletiva e se mostra, de certa forma, hostil à ideia de que o poder e a autoridade deveriam pertencer a uma elite. Muitos dos motores mais importantes da net – Google, Slashdot e Wikipedia – são produtos da sabedoria das multidões e, em termos mais gerais, a net, praticamente pela sua própria estrutura, parece ser contra as hierarquias. Proporciona uma demonstração real diária de que os sistemas podem funcionar bem e inteligentemente sem hierarquias tradicionais e sem uma pessoa no comando. Também relevante é o facto de que a internet torna muito mais fácil a recolha de informação de muitas fontes diferentes do que antes.” (SUROWIECKY, 2007: 302).

Hoje, as pessoas estão constantemente em contacto através da internet, das suas plataformas, e com isso é garantido um aprimoramento do fluxo de informações e da sabedoria coletiva.

“(…) a ubiquidade do acesso à internet e à tecnologia da informação, bem como a maneira como as pessoas se encontram agora simplesmente mais conectadas (tecnológica se não socialmente) do que antes, têm sido importantes para fazer com que as virtudes da sabedoria coletiva pareçam mais reais do que fantasiosas.” (SUROWIECKY, 2007: 303).

A descentralização da inteligência coletiva

Os animais são um bom exemplo de trabalho, organização e descentralização. Sistemas auto organizados e descentralizados como formigueiros ou colmeias, são claros exemplos. Mesmo funcionando sem um elemento organizador estes mostram-se sistemas robustos e adaptáveis.

“A noção de sabedoria das multidões também considera a descentralização como um dado positivo, pois implica que, quando se coloca uma multidão de pessoas, independentes e movidas pelos próprios interesses, a trabalharem de uma forma descentralizada sobre um mesmo problema, em vez de dirigirem o esforço de cima para baixo, obtêm soluções coletivas provavelmente melhores do que qualquer outra solução imaginativa.” (SUROWIECKY, 2007: 98).

A atuação de um indivíduo perante a sociedade, a cultura e/ou um grupo em que esteja inserido, deve ser autónoma, de respeito e solidária. Cada indivíduo deve trabalhar de forma individual, tendo sempre em conta o benefício do coletivo. Assim, e tal como Surowiecky reflete anteriormente, poderão obter-se mais e melhores soluções, resultados coletivos mais significantes.

Desta forma, Surowiecky descreve a descentralização da seguinte forma:

“Do ponto de vista da tomada de decisões e da resolução de problemas, a descentralização oferece dois aspetos realmente importantes: incentiva a especialização e, por sua vez, alimenta-se dela (especialização do trabalho, dos interesses, dos centros de atenção, etc.). A especialização, como sabemos desde Adam Smith, tende a tornar as pessoas mais produtivas e eficientes. E aumenta o leque e a diversidade das opiniões e da informação no sistema (...).” (SUROWIECKY, 2007: 99).

Por sua vez, o economista Friedrich Hayek também abordou o facto de a descentralização ser crucial, descrevendo-o como, “o conhecimento tácito”. O autor afirma, tratar-se de um conhecimento difícil de resumir e de transmitir a outros, pois é específico de um determinado cargo, emprego ou experiência, mas que é extremamente valioso.

Surowiecky completa a ideia exposta anteriormente de Hayek, dizendo que, na verdade tirar partido dos conhecimentos tácitos dos membros é um dos principais desafios para qualquer organização ou grupo.

O conceito de descentralização continua a ser explorado por James Surowiecky (2007: 99), onde o autor aborda os pontos fracos e fortes. Assim este diz que, “o ponto forte da descentralização é o de que, por um lado, fomenta a independência e a especialização, sem impedir, por outro lado, que as pessoas coordenem as suas atividades para resolver problemas difíceis. O ponto fraco da descentralização é o de que nada garante que uma informação valiosa descoberta em determinado ponto do sistema seja transmitida ao resto do sistema. Algumas vezes, as informações valiosas não se difundem e resultam, por conseguinte, menos úteis do que poderiam ser”. O autor refere-se ao sistema, ou seja, o grupo ou organização, que deve ter interinamente um fluxo de informação bastante livre, prático e direto, que possibilite a todos os indivíduos participarem e interagirem da forma mais equilibrada possível. Este continua a sua reflexão afirmando que o que todos gostaríamos era que: “os indivíduos se especializassem e adquirissem um conhecimento local – o que aumenta o total de informação disponível no interior do sistema – e fosse ao mesmo tempo possível reunir esses conhecimentos locais e essas informações privadas num todo coletivo, mais ao menos como o Google se serve do conhecimento local de milhões de operadores de páginas da internet para conseguir buscas cada vez mais inteligentes e mais rápidas.” (SUROWIECKY, 2007: 99 e 100).

Ou seja, quanto mais informação, conhecimento e saber abranger o espaço respirável e inteligível de um grupo, mais fácil, rápido, criativo e dinâmico o mesmo vai ser. Só de uma forma saudável e equilibrada se poderá gerir os conhecimentos de um grupo, sejam estes conhecimentos locais, saberes de vida ou um grau académico.

Desta forma, um grupo, “(...) tem de encontrar o equilíbrio exato entre dois imperativos: conseguir que o conhecimento individual resulte global e coletivamente útil (como sabemos que é possível), sem anular, em simultâneo, que seja decididamente específico e local.” (SUROWIECKY, 2007: 100).

Um bom exemplo de grupos descentralizados são, cada vez mais as redes sociais em particular e a internet em geral. Estas possibilitam a ligação e coordenação entre indivíduos, sem haver qualquer necessidade que um dos indivíduos se assuma ou afirme como chefe. Até porque a internet e as redes sociais funcionam no sentido de enaltecer a atividade de grupo e, não através de identificação de um chefe. Surowiecky (2007: 97 e 98) aborda também este tema, expondo que, “mais importante foi, sem dúvida, o aparecimento da internet – em alguns aspetos, o mais visível sistema descentralizado do mundo – e das suas tecnologias derivadas, como o intercâmbio de arquivos, (exemplificado pelo Napster), que proporcionavam uma clara prova das possibilidades (económicas, organizacionais e outras oferecidas pela descentralização).”.

Aquando da tomada de decisões, quanto mais diversas são as perspetivas disponíveis sobre um problema, mais probabilidades existem para que a decisão final seja inteligente, declara Surowiecky (2007: 106). O diretor interino da CIA, Lowell Jacoby proclamou num testemunho dado por escrito ao Congresso: “O que um grupo de analistas considera como simples ruído, pode fornecer pistas fundamentais ou revelar ligações significativas quando submetido ao escrutínio de outros analistas.”. Tudo depende da forma como se aborda as questões e/ou problemas, a vontade e a atitude que cada indivíduo e grupo está disposto a dar.

O fluxo de informação tem aqui um papel preponderante, na passagem de informações cruciais para todos os indivíduos, pertencentes a um mesmo grupo. Este deve ser facilitado ao máximo, chegando de igual forma a todos e, fazendo com que cada um tenha a possibilidade de absorver a mesma informação e posteriormente analisa-la de forma autónoma tanto individual como coletivamente.

Thomas C. Schelling escreveu, “As pessoas podem coordenar frequentemente com outros as suas intenções e expectativas, se cada uma souber que os demais estão a tentar fazer o mesmo.”. A comunicação é um fator determinante para que grupos possam cooperar, funcionar e “respirar” melhor. Sendo que nos dias de hoje, esta comunicação está muito mais facilitada pelas “novas tecnologias móveis – desde o telemóvel ao computador portátil – facilitam em muito a comunicação entre membros de grandes grupos, que podem assim coordenar as suas atividades.”, ar-

gumentou Howard Rheingold. Não só os telemóveis e os computadores portáteis, como a internet, as redes sociais, as aplicações mobile; vieram alterar e dinamizar por completo toda a dinâmica de grupo existente até então. Hoje os canais de comunicação são muito maiores, mais rápidos, diretos, abrangentes e muito mais dinâmicos e interativos.

Cooperação e interação

A cooperação e interação entre pessoas é um fator importante para o perfeito estado de saúde e boa funcionalidade de uma comunidade e de toda a sociedade.

Assim como James Surowiecki relata, “As sociedades e as organizações só funcionam se as pessoas cooperarem. Numa sociedade não se pode confiar apenas na lei para garantir que os cidadãos atuem honesta e responsabilmente.” (SUROWIECKY, 2007: 144). A cooperação é o resultado de repetidas interações. Sendo que uma cooperação ativa pode facilitar tudo para todos, “embora, do ponto de vista individual, cooperar dificilmente seja racional. É sempre mais conveniente procurar o interesse pessoal e em seguida disfrutar do trabalho dos outros se eles forem suficientemente idiotas para cooperar” (SUROWIECKY, 2007: 144). A cooperação não é um ato racional, mas já devia ser um hábito, pois tudo seria mais simples e funcional.

Em relação ao tema da cooperação, o cientista político Robert Axelrod (2006) afirma na sua obra *The Evolution of Cooperation* que, “a base da cooperação não é, de facto, a confiança, mas a durabilidade da relação. (...) A longo prazo, o facto de os jogadores confiarem uns nos outros não é muito importante; o essencial reside na existência das condições favoráveis para o estabelecimento de um padrão estável de cooperação entre eles”. A afirmação de Axelrod faz todo o sentido, pois quanto maior for a convivência, maior é o conhecimento pessoal que se vai adquirindo, maior é a confiança e o respeito. Quanto maior for a convivência, menores são as probabilidades de o indivíduo se tentar aproveitar do outro.

Axelrod continua, afirmando que: “Para o sucesso da cooperação, é preciso que as pessoas se mostrem dispostas a cooperar, mas também a punir o comportamento não cooperativo, mal ele se manifeste. A melhor postura é ser simpático, indulgente e retaliativo”.

Os diferentes indivíduos devem estar prontos a lidar com as mais diversas situações. Tendo em conta que as nossas sociedades cada vez mais, vivem, comunicam e crescem através da cooperação, todos devem caminhar na mesma direção, extraindo e encaminhando rumo ao suc-

esso de um todo comum.

Mas, e se, os indivíduos que se conhecem e têm confiança podem ter um papel mais preponderante na cooperação. Existe também uma grande importância e interesse em cooperar com desconhecidos/estranhos. Surowiecky aborda este tema, onde afirma:

“O interessante é que também cooperamos com estranhos. Fazemos doações para obras de caridade. Compramos coisas pela net sem as ver. Muitas pessoas registam-se no Kazaa e põem músicas para que os outros as descarreguem, mesmo que não tenham qualquer vantagem em partilhá-las e isso signifique permitir que pessoas desconhecidas tenham acesso aos seus discos rígidos. Num sentido restrito, esses comportamentos são irracionais. Mas, graças a eles, todos ficamos melhor do que estávamos (...).”
(SUROWIECKI, 2007: 145 e 146).

Os seres humanos têm a capacidade de se desdobrarem mais facilmente em ajuda e respeito a quem não conhecem, do que a quem conhecem. O desconhecido é sempre algo fascinante, emotivo e atraente. Os indivíduos tendem a encarar o desconhecido de forma mais aberta, sem medos, sem preconceitos nem barreiras, seja de que índole for.

Mas porquê cooperar com desconhecidos? A cooperação entre desconhecidos teve o seu início há vários séculos atrás. Começou com as trocas comerciais entre diferentes povos, com valias, interesses e produtos diferentes. Foi aí que perfeitos desconhecidos, perceberam que a confiança e o respeito desempenham um papel fundamental na cooperação e interação entre desconhecidos.

Em modo de conclusão, Surowiecky (2007: 146) afirma que, é possível que uma sociedade bem organizada se defina mais pela forma como as pessoas tratam os desconhecidos do que pela forma como tratam os que conhecem.



4 Web Social

4.1 HCI (Human-Computer Interaction) e o design de interação

O desenvolvimento de software e hardware é sempre feito tendo como foco as pessoas e as suas aspirações.

Sendo que a utilidade e objetividade é aquilo que o utilizador à partida mais exige, tendo em conta as tarefas que cada indivíduo pretende realizar. Há também outras vertentes onde nos devemos focar e pelas quais o utilizador também exige, como é exemplo a parte estética através de um design gráfico apelativo, elegante e intuitivo, que irá ajudar a complementar toda a funcionalidade.

Os utilizadores nunca podem ser ignorados nem esquecidos em todo o processo de desenvolvimento e implementação. São estes que irão validar e avaliar, sendo que é a partir da sua satisfação, partilha e sugestão que todo o processo pode ter sucesso e evoluir.

“(...) não é de todo intuitivo ou fácil projetar sistemas robustos consistentes, que irão lidar com todo o tipo de descuido por parte do utilizador. Um interface não é algo que possa ser conectado no último minuto; toda a sua concepção deve ser integralmente desenvolvida com o resto do sistema. Não deve apenas representar uma “cara bonita”, mas sim suportar todas as tarefas que as pessoas pretendem realizar, perdendo erros descuidados. Precisamos portanto, de considerar como o HCI se incorpora no processo de design.” (DIX, 2004: 2 e 3).

As pessoas estão e são cada vez mais exigentes. É importante que os sistemas desenvolvidos tenham um objetivo específico, que respondam a uma função. Pois as pessoas procuram aquilo que as ajude a responder às suas tarefas, sejam elas de nível recreativo ou profissional. Tem sido criada uma noção de praticidade, que vem simplificar e afunilar cada vez mais os objetivos e a forma como os sistemas são idealizados, projetados e aplicados, respondendo diretamente a necessidades das mesmas.

“Projetar sistemas funcionais não é simplesmente uma questão de altruísmo para o eventual utilizador, ou até mesmo de marketing; é cada vez mais uma questão de direito. (...) os empregadores devem assegurar o seguinte ao projetar, ao selecionar, colocar ou ao modificar o software:

- que é adequado para a tarefa;*
- que é fácil de utilizar e, se for caso disso, adaptável ao conhecimento do utilizador;*
- que gera feedback sobre o desempenho;*
- que exhibe informações num formato e num ritmo adequado para o utilizador;*
- que se conforma aos “princípios” da ergonomia de software.” (DIX, 2004: 3).*

A interação humano – computador está fortemente ligada nos dias de hoje à disciplina de Design, designadamente ao que se convencionou

definir como design de interação. Ao ser projetado um sistema tendo por base a interação humano – computador, é essencial que quem o projete, tenha a noção que estão várias áreas e vertentes envolvidas, e que é importante observar e analisar todas as fases.

É necessário que haja uma comunicação otimizada entre a pessoa e o computador/plataforma/sistema informático. Sendo que essa interação deve englobar um *feedback* e controle do desempenho daquilo que é criado. Alan Dix refere o carácter (comum à disciplina de design) multidisciplinar da HCI:

“HCI é, sem dúvida, um assunto multidisciplinar. O designer ideal de um sistema interativo deve ter experiência numa variedade de tópicos: psicologia e ciência cognitiva, para dar o seu conhecimento perceptual, cognitivo e de resolução de problemas do utilizador; ergonomia, para as capacidades físicas do utilizador; sociologia, para ajudá-lo a compreender o contexto mais amplo da interação; ciência da computação e engenharia, para ser capaz de construir a tecnologia necessária; negócio, para poder comercializá-lo; design gráfico, de forma a produzir uma apresentação eficaz do interface; escrita técnica, para produzir os manuais, e por aí a diante. É óbvio que é demasiado conhecimento para ser trabalhado por uma só pessoa (ou até mesmo quatro), talvez até demais para uma equipa normal de design.” (DIX, 2004: 4).

O design *thinking*, surge também como uma ferramenta que pode otimizar os processos do HCI (*Human-Computer Interaction*) e do DI (*Interaction Design*). Este conceito, que é utilizado pela IDEO³, reúne o design *thinking* com equipas multidisciplinares, à volta de processos de pensamento participativos entre pessoas de diversas áreas e que podem prestar diferentes auxílios e garantir uma diversidade de opiniões e pontos de vista que estimulam a discussão e interação, com o objetivo de chegar à melhor solução possível.

“É através de uma abordagem centra no ser humano, para a resolução de problemas, que ajuda pessoas e organizações a tornarem-se mais inovadores e criativas. O design thinking não deve ser somente aplicado Às chamadas indústrias criativas ou a pessoas que trabalham na área de design.” (BROWN: 2009).

Sendo que tanto os atributos psicológicos como os fisiológicos do utilizador devem estar englobados nos processos de design de interação, de forma a garantir ao designer uma visão das capacidades e limitações do utilizador, e aquilo que o afeta aquando da utilização de um novo sistema/interface. Só assim, com a conjugação de todos estes fatores, se poderá perceber e guiar todo o projeto na direção mais correta e desejada.

O design de interação não se limita apenas à ajuda na criação de dispositivos e software. Vai para além disso, explora e assiste a interação entre as pessoas, a sua ação no ambiente.



Figura 6 | Logotipo IDEO

IDEO

Empresa de design que tem por base o *human – centered design* (design centrado no humano), de forma a ajudar organizações públicas e privadas a inovarem e crescerem. Estes identificam novas maneiras de servir e apoiar pessoas, descobrindo necessidades latentes, comportamentos e desejos. Observam novas empresas e marcas, projetando produtos, serviços, espaços e experiências interativas de forma a garantir-lhes uma nova vida. Ajudam também organizações a construir uma cultura criativa e os sistemas internos necessários para sustentar a inovação e lançamento de novos empreendimentos e iniciativas.

Fonte: <http://www.ideo.com/>

³<http://www.ideo.com/>

“Temos visto que o design no HCI não é apenas sobre a criação de dispositivos ou software, mas em vez disso é sobre toda a interação entre pessoas, software e o seu ambiente. Por isso, é importante não ver apenas o produto de design somente como artefactos óbvios, mas como toda a intervenção que altere a situação existente para algo novo.” (DIX, 2004: 222).

4.2 Experiência (do uso)

Hoje, as plataformas online, tentam ou tendem a criar com o utilizador uma relação de proximidade. Cada vez mais o problema já não é como fazer o utilizador aceder e conhecer a plataforma/*website*, mas sim, como fazer com que este tenha vontade de voltar de forma constante à plataforma/*website*. Através de plataformas sociais *online* como o *Facebook*, criou-se uma nova relação entre as pessoas e a *web*. Através da noção de necessidade e proximidade entre ambos, onde a plataforma gere e apresenta conteúdos, faz com que o utilizador sinta vontade de voltar de forma relativamente constante.

A monitorização dos utilizadores, faz com que sejam detetados mais erros ou possam ser feitos aperfeiçoamentos, indo de encontro às necessidades e à resolução de pequenos detalhes que melhorem a qualidade de utilização.

Gerry Gaffney fala do “mito dos utilizadores estúpidos”⁴, como fator de desenvolvimento de software para web. Gaffney diz que esta pode parecer uma ideia relativamente inofensiva, mas que “tem um efeito significativo sobre a qualidade dos sítios da internet (...)”.⁴

Durante todo o processo de desenvolvimento e de aplicação (numa primeira fase) de uma plataforma/*website*, devem ser realizados testes de usabilidade. Sendo que estes testes devem ser realizados com o mais diverso tipo de utilizador, e não apenas com aquele que à partida se acha que poderá vir a utilizar mais a plataforma/*website*.

“(...) é comum ter os developers a observar os testes. Muitas vezes estes irão comentar após a primeira sessão, sobre a estupidez do utilizador em causa. Quando o segundo e terceiro utilizadores são igualmente “estúpidos”, surge a questão fundamental – se representantes do público-alvo não conseguem utilizar o site de forma eficiente, onde se encontra a culpa? Parece óbvio que os utilizadores não são os culpados. Não importa quão pobre é o seu desempenho na utilização do site, a lógica dita que se eles não conseguem utilizar um site projetado para eles, a culpa, portanto, reside no design. A única solução é redesenhar o site, uma vez que o público não pode ser modificado.”⁴.

É importante ter em conta a capacidade que os possíveis utilizadores têm ou não de interagir de forma correta com o site. São os possíveis utilizadores que vão garantir o sucesso ou insucesso do site, logo é com esses que esta interação deve ser trabalhada e maturada antes do site ser lançado, pois só assim se poderá prevenir o maior número de más utilizações, antecipando uma possível rejeição por mau design. É o utilizador final que vai validar ou não a mais valia ou inutilidade do site, é a este que deve estar dedicado o pensamento, o desenho, o design e a atenção.

⁴ Gerry Gaffney. “The myth of the stupid user” Information & Design – Design for humans, <http://infodesign.com.au/usabilityresources/articles/themythofthestupiduser/>

Gaffney refere que, ao longo dos anos, os chamados “novatos” utilizadores de computadores têm sido condicionados a aceitar a culpa pela sua incapacidade de usar os produtos. Um comentário comum dos utilizadores durante os testes de usabilidade é, “Eu sou tão estúpido, eu simplesmente não consigo fazer isto”⁴. As pessoas com menos experiência ou que se deparam com software caro, tendem a pensar normalmente que são limitados ao nível do saber. Os utilizadores são normalmente levados a pensar desta forma, tendo em conta (normalmente) a quantidade de pessoas que trabalharam no desenvolvimento do site e no grande investimento feito na execução e produção, levando-os a acharem que a culpa do mau funcionamento é da sua fraca capacidade intelectual. Tal facto não é maioritariamente verdade, pois tal como foi referido anteriormente, os softwares são desenvolvidos muitas vezes sem testes de usabilidade.

“Na internet, a situação é diferente, porque as pessoas geralmente não são obrigadas a utilizar um recurso. Afinal, há provavelmente dezenas de outros sites que dispõem de produtos e serviços similares. Alternativamente, a internet pode ser um canal adicional que uma organização (tal como um banco) está a tentar levar as pessoas a utilizar, tendo como finalidade economizar custos. Em ambos os casos, é fácil para um usuário exercer a opção de não utilizá-lo. Como muitas organizações têm descoberto, a maior parte das pessoas não estão preparadas para saltar através de aros para completar procedimentos de registo complicados, ou de pesquisa através de massas de publicidade desorganizadas para encontrar um produto para comprar. Enquanto a equipa de desenvolvimento pode tentar convencer-se de que os usuários são demasiado estúpidos, a verdadeira razão é que o design/projeto se tem centrado em restrições técnicas e em parecer apelativo, à custa do que deveria funcionar para pessoas reais.”⁴

As pessoas fazem questão de ter acesso a coisas apelativas e “bonitas”. Mas a verdade é que se não for algo fácil de interagir, a beleza não substitui a funcionalidade, e os utilizadores acabam por recusar algo que não vá de encontro às suas expectativas e capacidades cognitivas e intelectuais. Este ponto é também abordado por Gaffney, onde este revela que, “A maioria das pessoas não estão interessadas em como tecnicamente sofisticado um site é. É irrelevante quantas pessoas e tempo foram envolvidas no desenvolvimento, quantos obstáculos tiveram que ser superados, e quão satisfeitos estão todos os envolvidos na criação do novo design. (...)”⁴

Assim, é de extrema importância que no desenvolvimento de sites, plataformas, aplicações, etc., se tenha em conta alguns pontos essenciais como, “(...) entender os utilizadores, adoptar uma abordagem de design centrada no utilizador e testar com pessoas reais antes de ser lançado.”⁴

////////////////////////////////////

⁴ Gerry Gaffney. “The myth of the stupid user” Information & Design – Design for humans, <http://infodesign.com.au/usabilityresources/articles/themythofthestupiduser/>

4.3 Web design centrado na experiência

Nathan Shedroff⁵, um dos pioneiros do “*Experience Design*”, como ele próprio se intitula no seu *website*, afirma que a sedução é uma característica que deve ser tida em causa aquando da criação de um interface.

Shedroff declara que:

*“Sedução não é um adjetivo que a maioria das pessoas associa a um interface de computador ou dos média, mas percebiam eles ou não, a maioria das pessoas já foi seduzidas ou alvo de sedução por quase todas as forma dos média. Sedução de sucesso, no entanto, é uma arte minuciosa onde não se domina ou se é invocado facilmente. A sedução, de facto, tem sido sempre parte integrante do design, quer gráfico, industrial, ambiental ou electrónico. Para muitos, de forma imediata a sedução conota apelo ao sexo ou aliciamento sexual. Na verdade, o aspeto sexual não é a essência do seu significado, tanto como o apelo ou aliciamento. (...) Eu acredito que é importante ver o interface como uma oportunidade de seduzir as pessoas – não por razões nefastas, mas sim com o intuito de melhorar as suas experiências e vidas.”*⁶

Toda a experiência adjacente e que o design pode e deve provocar nas pessoas é de uma importância significativa e que está a mudar toda a interação existente design – pessoa – interface.

Mas se, por um lado Nathan Shedroff é um defensor do design de experiência, defendendo que esta que deve ser criada de forma a serem alterados hábitos comportamentais e por conseguinte interativos, que o leve a ser seduzido e mais interativo. Por outro lado, Sven Lenaerts questiona este conceito, explicando que, “é um conceito interessante, embora em web design não seja um conceito comum que esteja normalmente aplicado.”⁷

Lenaerts continua, questionando:

*“Em primeiro lugar, importa o web design centrado no ser humano? Em termos gerais, como designer ou criador, parece que estamos a fazer um bom trabalho. Desenvolvemos websites, principalmente para clientes, e somos pagos para isso. Parece bem, não é? Pessoalmente olho para o webdesign centrado no ser humano como um método para controlar melhor os projetos. Não é apenas algo que devíamos fazer, tais como muitos outros aspectos no webdesign, mas melhora mesmo o fluxo de trabalho. É um processo fiável para te guiar. A ideia subjacente é usar abordagens específicas para suavizar o fluxo de trabalho ao máximo. Até porque te ajuda bastante no relacionamento com os clientes, transforma conceitos em ideias exequíveis e aumenta a rapidez e eficiência no lançamento desses conceitos.”*⁶

Lenaerts começa por se questionar e retrain um pouco, se também o web design faz sentido ser centrado nas pessoas.

5 <http://www.nathan.com>

6 Nathan Shedroff, “Seduction? In the interface?” Nathan.com. <http://www.nathan.com/thoughts/seduction/index.html>

7 Sven Lenaerts. “How human centric web design improves your workflow” Tuts Plus. <http://webdesign.tutsplus.com/articles/how-human-centric-web-design-improves-your-workflow--webdesign-13799>

Mas como vimos anteriormente no capítulo “Perspetiva centrada no utilizador”, “Experiência (do utilizador)” e também agora com o autor Shedroff, faz todo o sentido ter o utilizador no centro das atenções. É para ele que o trabalho é produzido, é a ele que são dedicadas todas as capacidades, é nele que se busca a inspiração para o desenvolvimento de novos produtos, que vão de encontro a necessidades que vão sendo criadas. A capacidade de serem criadas novas experiências no utilizador, garantindo-lhe algo que para além de cobrir as suas necessidades, também lhe garante uma interação diferente, mais ativa, dinâmica e focada nos seus requisitos.

Também a partilha de conceitos, ideias e experiências com os possíveis utilizadores, terá sempre mais valias. Os pontos de vista de quem idealiza e constrói algo é sempre distinto do que os utilizadores imaginam e pretendem. Assim, a possibilidade de durante o processo de criação haver uma partilha de ideias e experiências poderá trazer diversas vantagens tanto a nível funcional como da posterior aplicação e aceitação.

Hoje, o utilizador web está mais e melhor informado, tem mais e melhores ferramentas ao seu dispor e é muito crítico. Logo, é importante que todo o processo esteja interligado através de um fluxo organizado e com princípio, meio e fim. De forma a não queimar etapas, e que cada uma seja levada ao máximo na exploração de todas as potenciais mais valias.

Web 2.0, a web social

O termo *Web 2.0* começa a ser popularizado em 2004 pela empresa *O'Reilly Media*. Este termo surge numa tentativa de revitalizar e voltar a gerar confiança, num sistema que parecia ter atingido o seu máximo e que estava um pouco estagnado.⁸

Este termo surgiu para designar uma segunda geração de comunidades e serviços baseado na WWW, uma “tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaborações dos internautas com sites e serviços virtuais. A ideia é que o ambiente on-line se torne mais dinâmico e que os usuários colaborem para a organização de conteúdo.”⁹

A *Wikipédia*¹⁰ ou o *Facebook*¹¹ são exemplos desta geração de plataforma web, baseados no contributo social em larga escala.

Alguns críticos, como Tim Berners-Lee, o inventor da *World Wide Web* (WWW), consideram toda a criação e divulgação da Web 2.0 uma estratégia de marketing.

8 (O'REILLY, 2009)

9 “Entenda o que é a Web 2.0” Folha de S. Paulo, <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>

10 <http://www.wikipedia.org>

11 <http://www.facebook.com>

Não obstante, a *web 2.0* ou *web social*, alterou de forma significativa as possibilidades e capacidades das pessoas interagirem e comunicarem através da internet. Dessa forma como refere O'Reilly, hoje, a “web já não é apenas um conjunto de páginas HTML estáticas que descrevem algo no mundo.” (O'REILLY, 2009: 2). Com o advento da *web 2.0* gerou-se um conjunto de “aplicações que realmente melhoram quanto mais usos as pessoas lhe derem, aproveitando os efeitos da rede não só para cativar utilizadores, mas também para aprender com eles e evoluir através das suas contribuições.” (O'REILLY, 2009: 1).

“Do Google e Amazon à Wikipedia, eBay e craigslist, vimos que o valor foi facilitado pelo software, mas foi cocriado pela e para comunidade conectada de utilizadores. Desde então, novas poderosas plataformas como o YouTube, Facebook e Twitter têm demonstrado a mesma percepção de novas formas.” (O'REILLY, 2009: 1).

É também necessário perceber para onde a *web* se pretende direccionar. Hoje, mais do que nunca, o papel da *web* é cada vez mais preponderante nas nossas vidas diárias. É possível consultarmos informações, aceder a redes sociais, pesquisar, etc., através de um *gadget* transportável no bolso das calças, que nos permite ter acesso ao “mundo inteiro”.

Existe uma tendência para a *web* funcionar cada vez mais no sentido do *crowdsourcing*, aperfeiçoando e capacitando, aquilo que significa “um grande grupo de pessoas pode criar um trabalho coletivo, cujo valor excede em muito o previsto por qualquer um dos participantes individuais.” (O'REILLY, 2009: 2). Estão criadas e disponíveis as mais diversas plataformas/interfaces, sejam elas para atividades recreativas, laborais, de consumo, etc.

Também as redes sociais surgem neste conceito com uma força e significado enorme. Foi a partir da criação de redes sociais como o *Facebook*, que todos começamos a abordar a *web* de uma outra forma e a interiorizar os conceitos e ideologias que esta nos pretende transmitir através destas plataformas/interfaces.

Começamos agora, finalmente, a aprender e interiorizar o conceito de inteligência coletiva, através da chamada “era da internet”, onde esta nos permite conhecer e trabalhar através de diferentes sentidos, em diferentes moldes e aplicações, onde a partir dos quais ganhamos bases para aprofundar, gerir e trabalhar cada vez mais e melhor a inteligência coletiva.

“Gradualmente, o mundo começa a fazer sentido. O bebé coordena a entrada dos vários sentidos, filtra o sinal de ruído, aprende novas técnicas e outrora tarefas difíceis tornam-se automáticas. A questão diante nós é esta: Está a web a ficar mais inteligente à medida que cresce?”. (O'REILLY, 2009: 2).

A resposta à questão colocada por O'Reilly não é de fácil resposta. Até agora seja através de computador, *smartphones*, *iPhones*, *iPads*, *tablets*, etc., a resposta tem sido positiva e a *web* parece estar a ficar mais inteligente à medida que está a evoluir e desenvolver-se. Mas tal como foi falado anteriormente neste capítulo, tudo se deve ao conceito de inteligência coletiva e, assim sendo, tudo depende de todos nós, não só de quem cria, mas também de quem valida e ajuda a criar. Só o futuro poderá responder a esta questão, mas para já estamos bem encaminhados, e cada vez mais pessoas interiorizam, aplicam e ajudam na evolução da *web* e de uma “inteligência coletiva”.

Comunidades Virtuais

As comunidades virtuais tem vindo a ser criadas e construídas ao longo dos últimos anos. Sendo que, através de redes sociais e plataformas adjacentes, o seu crescimento e replicação tem sido exponencial e tem ajudado na sua evolução e validação.

O desenvolvimento destas comunidades virtuais tem por base a interligação entre utilizadores. A construção de uma comunidade virtual é feita com base em “afinidades de interesse, de conhecimentos, na partilha de projetos, num processo de cooperação ou de permuta, e isso independentemente das proximidades geográficas e pertenças institucionais.” (LÉVY, 1997: 132 e 133). Estas comunidades virtuais regem-se por regras informais não escritas, mas no geral apreendidas e respeitadas. Existe uma certa facilidade e naturalidade ao seguir o modo de funcionamento destas plataformas. A pertinência da informação é bastante relevante. É a partir da congruência destas informações, da boa replicação da mesma que se poderá atingir um resultado positivo. Pois, também no mundo virtual o tempo deve ser gerido da melhor forma.

Pierre Lévy (1997: 133) fala da existência da moral nestas comunidades. O autor refere que a moral implícita é “em geral a da reciprocidade. Se se aprende lendo as mensagens trocadas, é preciso também partilhar os ensinamentos de que dispomos sempre que uma pergunta feita em linha se lhe refira.” (LÉVY, 1997: 133). É importante refletir sobre esta reciprocidade. A resposta deve ser dada sempre através de ações positivas na troca por ações também elas positivas. A verdade e a humildade são também a base para o bom funcionamento destas comunidades, e só através da troca de ações positivas poderá evoluir e crescer. Não quer dizer com isto que não se cometa erros e não hajam ações negativas, quer dizer sim que o trabalho, a comunicação e interação deve ser feita sempre num sentido positivo. Até porque como Lévy também exprime, “as manipulações e os enganos são sempre possíveis nas comunidades

virtuais, mas elas são-no também em toda a parte sem ser ali: na televisão, nos jornais de papel, ao telefone, pelo correio e mesmo em qualquer reunião em carne e osso.” (LÉVY, 1997: 134).

O desejo de construção de lugares sociais no ciberespaço, não é baseado em posse, nem em relações de poder, mas sim em redor de centros de interesse comuns onde “reina” a partilha, troca de saberes e experiências, em processos abertos de colaboração.

Lévy (1997: 136) chega a assumir que o apetite pelas comunidades virtuais, “descobre um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os protagonistas, a via diferente e surpreendente do universal por contacto.”.

Tendo em conta o facto da *internet* permitir que as informações circulem e cheguem aos vários cantos do mundo a uma velocidade estonteante, tudo se altera e novos interesses surgem. Assim, as comunidades virtuais criadas, tendem a ter interesse em constituir-se, de forma a “se aproximar do ideal coletivo inteligente, mais imaginativo, mais rápido, mais capaz de aprender e inventar do que um coletivo inteligentemente dirigido.” (LÉVY, 1997: 136).

A *internet* permite-nos utilizar o seu espaço, dando-nos a oportunidade de colocar em sinergia saberes, experiência, imaginação e toda a partilha de informações. Veio modificar as restrições que nos são apresentadas em espaços físicos, garantindo-nos mais liberdade e à vontade, um discurso mais direto e informal mas sempre dentro das linhas guias que garantem o respeito e uma perspectiva centrada nas pessoas (utilizadores).

Pierre Lévy, afirma em modo de conclusão que:

“A expansão do ciberespaço transforma as restrições que tinham ditado à filosofia política, às ciências de gestão, às tradições organizacionais em geral o leque habitual das suas soluções. Hoje numerosas restrições desapareceram dada a disponibilidade dos novos utensílios de comunicação e de coordenação, e podem encarar-se formas de organização de grupos humanos, estilos de relações entre indivíduos e os coletivos radicalmente novas, sem modelos na história, nem nas sociedades animais.” (LÉVY, 1997: 137).



5 Projeto

5.1 Enquadramento do projeto

O presente projeto, pretende-se que seja um esforço na colmatação das lacunas identificadas e às quais este projeto se dedica. Tal como referido no capítulo 3.1 *Enquadramento do projeto*, este trabalho surge de uma necessidade observada de forma individual, em diferentes contextos, culturas e países. A lacuna identificada, provém da vontade em melhorar a forma como os diferentes atores comunicam e gerem saberes e experiências dentro das comunidades académicas, em particular na Universidade de Aveiro.

É importante equilibrar, cativar e provocar alunos, professores e áreas científicas, de forma a que, sejam redesenhados e readaptados os diferentes processos comunicativos de partilha de informações e saberes. Para que assim a comunidade académica da Universidade de Aveiro e todos os seus atores inerentes, e os quais a validam e lhe dão destaque, possam sair mais valorizados e beneficiados.

Pretende-se que esta plataforma funcione e sirva de mediador entre os diferentes atores. Através da disciplina de Design e das novas tecnologias, propõe-se dar forma e “vida” a este sistema, através de um trabalho cuidado e atento, com base na optimização de ferramentas que respondam aos diferentes desafios que são colocados aos atores destas comunidades.

5.2 Primeiro Momento: sobre o projeto, a ideia

No âmbito do desenvolvimento deste trabalho, e tendo como cenário de projeto as comunidades académicas, mais especificamente a Universidade de Aveiro, nasceu a necessidade de realizar um levantamento de informação e consequentemente uma pesquisa sobre o tipo de plataformas existentes, ao que se destinam e em que contextos.

Começou por se fazer uma primeira abordagem de projeto, focada na intenção de explorar plataformas já existentes, as suas potencialidades e principais objetivos, num esforço em articular da melhor forma os objetivos propostos para este trabalho. Este primeiro momento de investigação, está articulado ao levantamento das diretrizes fundamentais para o desenvolvimento da proposta de intervenção.

Foi feita também uma pesquisa no território, pois era sabido que existem duas plataformas similares que (não) estão aplicadas da melhor forma na Universidade de Aveiro. Estas plataformas são o *Moodle*¹² e o Sapo Campus¹³. O *Moodle* é uma plataforma que está replicada por instituições de ensino pelo mundo, mas que por não responder em termos funcionais nem em termos estéticos (a estética deve ser parte constituinte da funcionalidade), tem vindo a perder a importância que já teve outrora. Já o Sapo Campus, é uma plataforma originalmente criada e desenvolvida pela Universidade de Aveiro, através de um projeto de investigação, desenvolvido e financiado pelo SAPO Labs (tem o seu próprio espaço de trabalho dentro da Universidade de Aveiro), onde continua a ser desenvolvida uma plataforma dedicada aos diferentes graus de ensino, mas onde na comunidade da Universidade de Aveiro não parece existir um grande conhecimento da mesma, nem grande utilização.

É necessário proporcionar a criação de novas experiências. Uma comunidade académica tem uma vida bastante intensa e ativa, e por isso devem ser criados pontos de interesse que façam estas comunidades estarem constantemente atentas e dedicadas. É importante transmitir um significado e readaptar de forma constante e produtiva a rentabilização da comunicação, partilha e experiências que estas comunidades que se pretendem que sejam criativas e “sem limites”, possam dispor.

“Não há muito tempo, para uma experiência ter significado bastava apenas ir dar um passeio ao parque ou ir ao cinema. O avanço da tecnologia significa que até mesmo as experiências simples estão a ser re-imaginadas. Estas novas experiências tendem a apresentar um conjunto de ferramentas da disciplina de design, trabalham sob a vida real e com diferentes tipos de tecnologia. Neste momento este tipo de design poderá ser encontrado num quadro interativo que reproduz vídeo e navega na web, ou numa exposição num museu com objetos reais, sons, efeitos visuais e interativos. Mas, cada vez mais este tipo de interconexão vai estar presente nas nossas vidas quotidianas.”¹⁴

12 <https://moodle.org/>

13 <http://campus.sapo.pt/>

14 Scott Burnett. “Think Design – Experience” Make Shape Change. <http://www.makeshapechange.com/think-design/experiences>

A Universidade de Aveiro, comunidade que acolhe uma grande diversidade de áreas científicas e por conseguinte de indivíduos, necessita que haja um fio condutor para uma comunicação mais clara, de todos para todos, de forma a criar e redesenhar um novo sentido de comunidade. Assim como uma grande empresa, também as comunidades académicas são compostas por uma enorme quantidade de pessoas que compõem diferentes áreas. Assim sendo, quanto maior for a quantidade de pessoas maior é a dificuldade de haver uma comunicação e articulação mais fluida e direta entre todos. É claro que existe uma grande quantidade de saberes e *know-how*, mas devido à grande quantidade de pessoas, estas tendem a deixar-se ficar nas suas fronteiras, fazendo com que haja um desinteresse por outras áreas, fechando-se a possíveis interesses de novas partilhas, interações e articulações.

Mostra-se então necessário, colocar a tecnologia, mais especificamente a internet e as suas ferramentas, ao serviço da comunidade académica. De forma a garantir uma comunicação e articulação mais fluida entre todos, de forma a que estas se possam acompanhar e trabalhar de forma ativa, dedicada e mais atenta.

Considerando estes pressupostos apresentados e refletidos anteriormente neste capítulo, que surge a proposta para o desenvolvimento e criação de uma plataforma *web*, que permita uma maior aproximação, articulação, troca e partilha de saberes, experiências e mais valias entre os indivíduos ativos desta comunidade.

5.3 Referências para o projeto

A contextualização do projeto teve por base algumas plataformas como exemplo. Sendo que de todas as plataformas que estavam referenciadas desde o início, foram filtradas tendo em conta a área de atuação e os objetivos e tarefas a que estas se propõem.

Assim sendo, em seguida são apresentadas as referências que detêm as características de funcionamento que contribuem para o projeto.

Sapo Campus

Local: Aveiro, Portugal

Ano: 2013

Link: <http://campus.sapo.pt/>



Figura 7 | Espaço de trabalho
SAPO Labs, Universidade de Aveiro

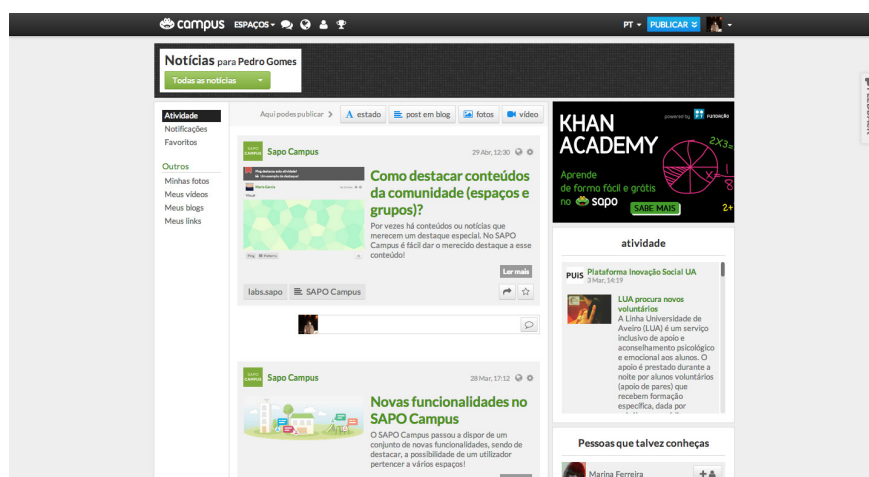


Figura 8 | Ecrã do website
<http://campus.sapo.pt/noticias>

O projeto Sapo Campus, é uma plataforma originalmente conceptualizada e desenvolvida pela Universidade de Aveiro, através de um projeto

de investigação e desenvolvimento financiado pelo SAPO Labs. Esta plataforma não tem custos de adesão e, propõe ser e funcionar como uma rede de comunicação e colaboração para toda a comunidade escolar. Pretende combater as dificuldades de comunicação interna e os conteúdos dispersos dentro das comunidades escolares.

Sendo que, quando falamos desta plataforma aplicada à comunidade da Universidade de Aveiro, esta parece não estar muito enraizada. Estudantes e professores parecem ter o conhecimento da sua existência, mas não ao que se destina e quais as suas funcionalidades. Esta acaba assim por não cumprir os objetivos aos quais se propõem. Também não parece ser feita uma comunicação e divulgação da sua existência e funcionalidades dentro desta comunidade académica, o que não ajuda na adesão à mesma.

Tendo em conta que o Sapo Campus pretende ser uma plataforma focada no trabalho, um complemento às aulas, auxílio em trabalhos e etc., um ponto contra, é o facto de esta se promover na sua página com as mesmas funcionalidades (álbuns de fotografias, vídeos, etc.) que plataformas (redes sociais) destinadas ao lazer e a momentos informais.

Ao longo do desenvolvimento deste projeto, em reunião com o SAPO Campus, na pessoa do seu coordenador de projeto, Carlos Santos, foi questionada e falada sobre uma possível parceria. Foi recebida não uma resposta de negação, mas de adiamento de algo que ainda estava numa fase embrionária e iria “atrapalhar” um pouco os planos do SAPO Campus num futuro próximo, sendo esclarecido que num futuro a médio-longo prazo poderia ser melhor pensado e analisado.

LinkedIn

Local: Santa Mónica, Califórnia (Estados Unidos da América)

Ano: 2003

Link: <https://www.linkedin.com/>

Site de negócios que possui o formato de uma rede social, que é principalmente utilizada por profissionais. Começou na sala de estar do co-fundador Reid Hoffman em 2002, porém, o seu lançamento ocorreu no ano seguinte, em 2003, na Califórnia. Jeff Weiner é o presidente, e a equipa de gestão é composta por executivos experientes vindos de companhias como Yahoo!, Google, Microsoft, TiVo, PayPal e Electronic Arts. É a maior rede profissional na internet, com 300 milhões de utilizadores em mais de 200 países em todo o mundo. É de capital aberto e tem um modelo de negócios diversificado, onde a receita provém de assinaturas dos utilizadores, vendas de publicidade e Soluções de Talentos.

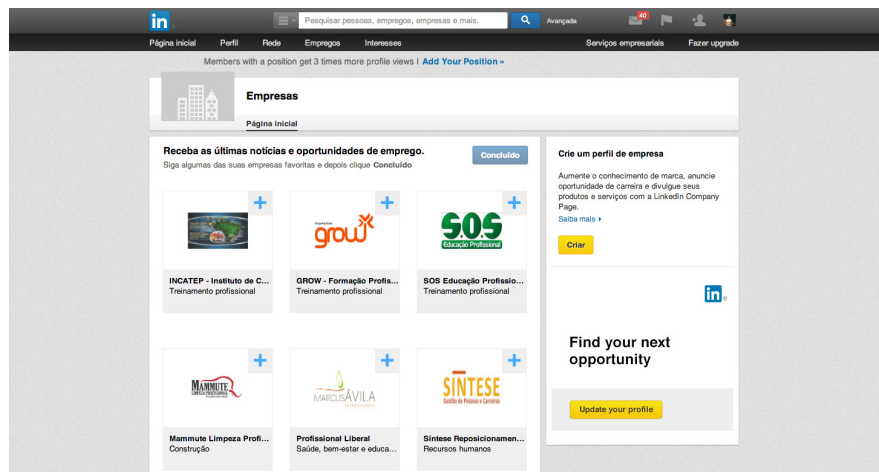
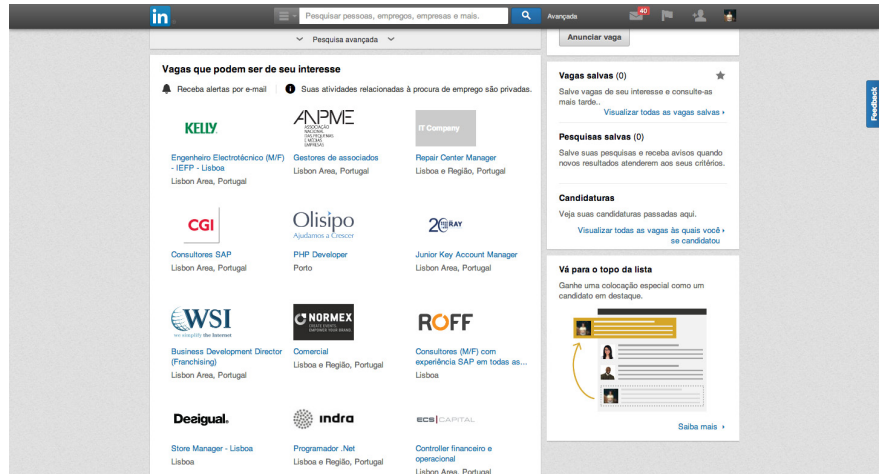
O objectivo do LinkedIn é conectar profissionais de todo o mundo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos. Permitindo desta forma que os utilizadores registados possam criar relacionamentos profissionais, encontrar um emprego e entrar em contacto com possíveis parceiros de negócios, através de uma lista detalhada de contactos que eles conheçam e em quem confiem, permitindo desta forma a interatividade entre os profissionais. As pessoas nessa lista são chamadas conexões, os utilizadores podem convidar qualquer pessoa, seja um utilizador do LinkedIn ou não, para se tornar uma conexão. Essa lista de conexões pode ser usada de várias formas. Uma rede de contactos acumulada, constituída por ligações directas, de segundo grau, terceiro grau e por aí em diante que facilitam o conhecimento de profissionais por meio de contactos mútuos.

Um dos maiores benefícios do LinkedIn é oferecer aos estudantes universitários a possibilidade de visualizar páginas de potenciais empregadores. Ao visitar as páginas da empresa, poderão realizar uma pesquisa sobre a instituição, conhecer o processo de contratação e o que as pessoas têm a dizer sobre essa organização. Isso é importante para reforçar o seu posicionamento, aumentando assim as hipóteses de contratação. Podem usar o LinkedIn para se conectar com outros estudantes. Este tipo de rede oferece uma excelente oportunidade para descobrir como outros estudantes encontraram um emprego ou foram encontrados por um empregador.

O LinkedIn oferece o recurso LinkedIn Answers, que permite que os utilizadores procurem respostas para as suas dúvidas, o serviço de respostas é gratuito e as questões são directamente relacionadas com a procura de empregos, oportunidades e negócios, todos os utilizadores precisam de se identificar para poder efetuar a questão. Oferece

ainda outro recurso através do qual os utilizadores podem obter recomendações de outras pessoas (professores, estudantes ou profissionais da sua futura área). O maior número possível de recomendações pode aumentar os índices de empregabilidade de cada utilizador.

Figura 9; 10 | Ecrãs do website <https://www.linkedin.com>



Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning)

Local: Austrália

Ano: 2001

Link: <https://moodle.org/>

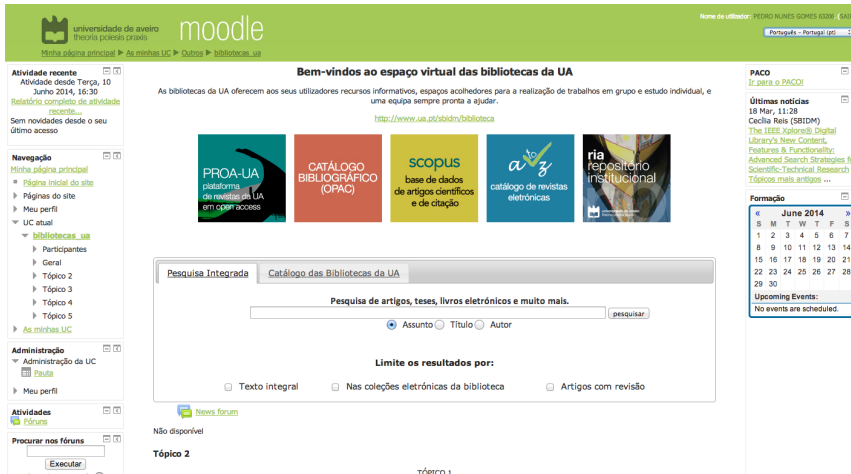
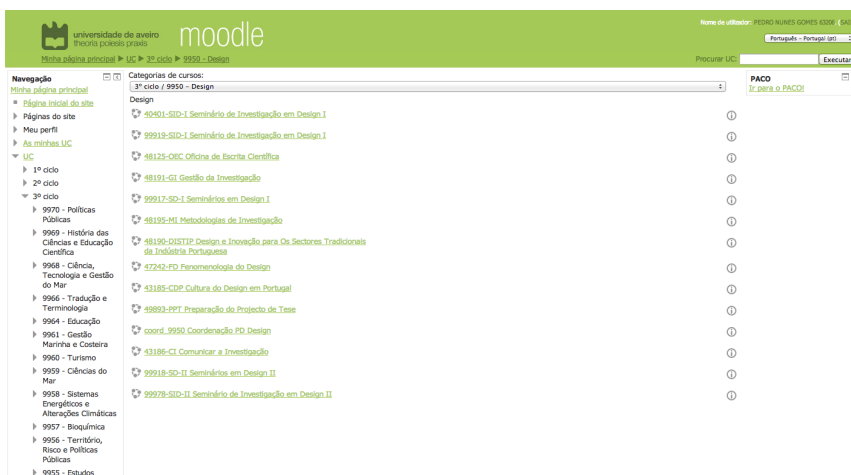


Figura 11; 12 | Ecrãs do website Moodle, aplicado à Universidade De Aveiro



Esta é uma plataforma de aprendizagem projetada para proporcionar a educadores, administradores e alunos num sistema único robusto, seguro e integrado para criar ambientes de aprendizagem personalizados.

O Moodle é liderado pelo Moodle HQ, que é constituído por 30 desenvolvedores. Sendo que é financeiramente apoiado por um rede de 60 empresas de serviços Moodle Partner por todo o mundo.

Este é um software gratuito, baseado num sistema colaborativo de trabalho. É utilizado principalmente em ambiente *e-learning* ou *b-learning*, permite a criação de disciplinas, grupos de trabalho e comunidades de

aprendizagem. Está disponível em 75 línguas diferentes e conta com 25.000 *websites* registados em 175 países.

Apesar de este ser um *software* que foi e ainda continua a ser bastante utilizado em universidades e escolas por todo o mundo, a verdade é que tem vindo a perder utilizadores. Tal facto deve-se a uma fraca funcionalidade e difícil percepção e ambientação ao mesmo. Esta plataforma surgiu numa altura em que pouco ou nada havia que explorasse e oferecesse o tipo de funcionalidades que esta oferece. A verdade é que com a evolução as necessidades começaram a ser diferentes e os utilizadores mais exigentes, sendo que o *software* parece não ter acompanhado essa evolução.

Wikipedia

Local:

Ano: 2001

Link: <http://www.wikipedia.org/>

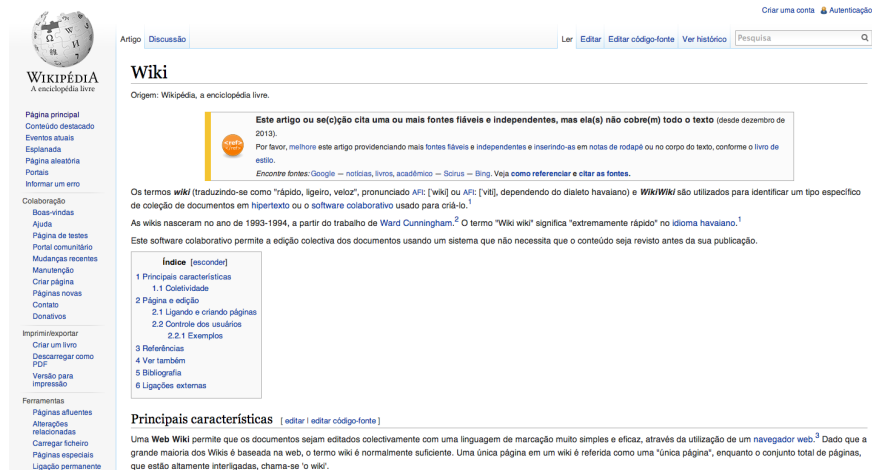


Figura 13 | Ecrã do website *Wikipedia* (portuguesa)

A *Wikipedia* é um projeto *web* de uma enciclopédia multilingue de licença livre, escrita de forma colaborativa. Atualmente a *Wikipedia* está sob a administração da Fundação *Wikipedia*, uma organização sem fins lucrativos.

Esta plataforma afasta-se naturalmente do estilo das enciclopédias tradicionais, pois, esta funciona num sistema aberto, através do modelo de edição “*wiki*”. Exceção feita a algumas páginas, cada artigo pode ser editado de forma anónima ou através do registo de uma conta de utilizador. Sendo que diferentes idiomas podem modificar esta política, como é o caso da edição em inglês, onde apenas os utilizadores registados podem criar ou editar um artigo. Nenhum artigo ou o seu conteúdo é propriedade do seu criador ou de qualquer outro editor, nem é avaliado por qualquer autoridade reconhecida, os conteúdos são acordados através de consenso.

Este interface começou por baixo e foi crescendo pouco a pouco. O seu desenvolvimento e crescimento não tem sido consensual, tem sido alvo de várias críticas pelo seu processo de funcionamento. Não por ter uma má funcionalidade ou grafismo, mas devido ao facto de qualquer pessoa poder complementar ou criar um artigo, que muitas vezes pode conter erros e transmitir informações erradas. A verdade é que têm sido notórios os esforços na resolução das diversas questões que põe em causa a credibilidade das informações contidas na plataforma. Hoje quase todos os artigos são complementados por referências de livros ou *websites*, citados no final. Também por parte dos utilizadores tem sido feito um es-

forço no sentido de completar e referenciar todos os artigos da maneira mais fiável possível.

A forma como a *Wikipedia* funciona, através de um esforço coletivo de pessoas/utilizadores “comuns” que pretendem colaborar na criação de uma enciclopédia online, na facilitação e adaptação às novas tecnologias, faz com que a dedicação e empenho seja maior. Só assim esta plataforma pode crescer, evoluir e ser mais credível e fiável a cada dia.

Mural.ly

Local: Delaware, Estados Unidos da América

Ano: 2013

Link: <https://mural.ly/>

Colaboração visual para pessoas criativas, é o lema do *Mural.ly*. Esta plataforma foi criada com o intuito de libertar a imaginação de equipas de pessoas visuais. Esta pretende fortalecer a criatividade sendo visual, colaborativo e interativo, e principalmente sair do caminho mais normal para tirar o máximo proveito do fluxo criativo de todos. A maioria dos criadores desta plataforma vêm da área dos videojogos, o que faz com que tenham uma maior noção de interação e das diferentes áreas e pessoas que devem ser combinadas para criar o maior fluxo mais criativo, interativo e dinâmico. O *Mural.ly* funciona como um quadro branco *online*, desenvolvido para organizar de forma visual ideias e onde os utilizadores podem colaborar de forma lúdica.

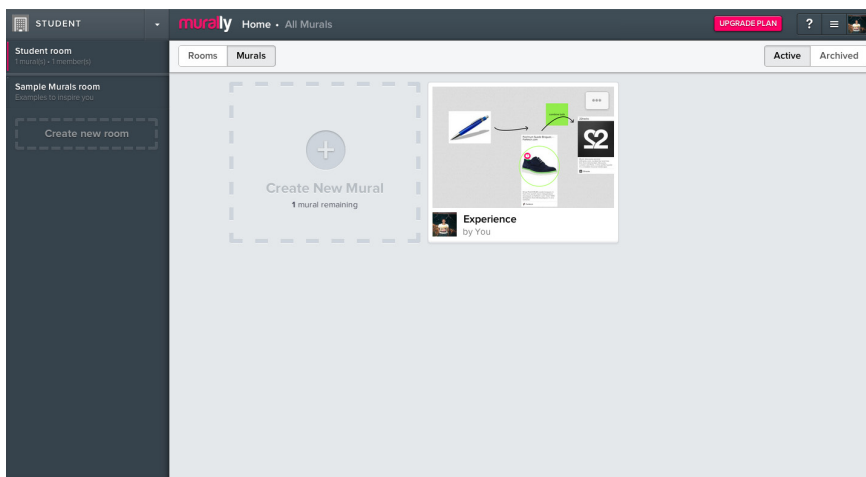


Figura 14 | Ecrã do menu “Murals”, no website <https://mural.ly>

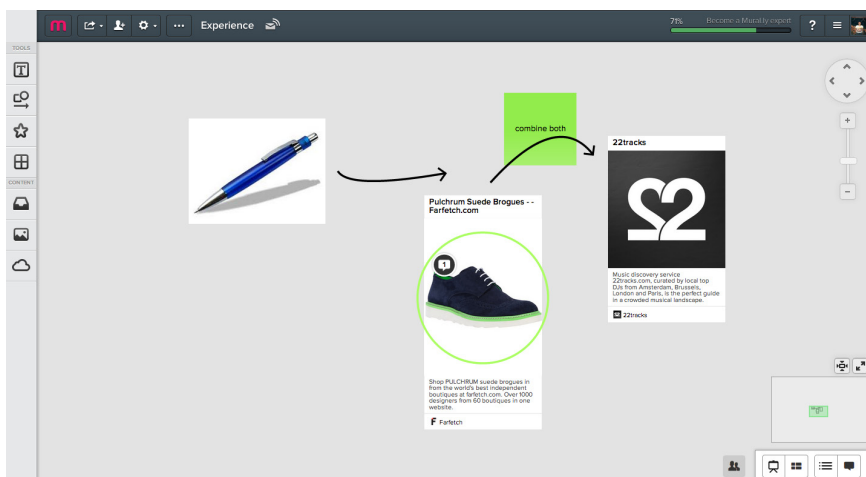


Figura 15 | Ecrã do “quadro branco” do website <https://mural.ly>

Esta plataforma permite um livre acesso até um máximo de dois quadros, identificados por eles como “*murals*”, a partir daí apresenta vários tipos de pacote, com diferentes preços.

Apresenta uma funcionalidade simples, clara e objetiva. Qualquer pessoa consegue facilmente integrar-se e interagir com a plataforma. É bastante intuitiva e apresenta processos de funcionalidade simples, que nos remetem para um quadro de uma sala de aula, sendo que este é online, e assim permite a partilha de links, arrastar imagens, escrever apontamentos, criar ligações, etc.

É uma ferramenta bastante interessante para grupos de trabalho interativos e que tenham que trabalhar maioritariamente à distância.

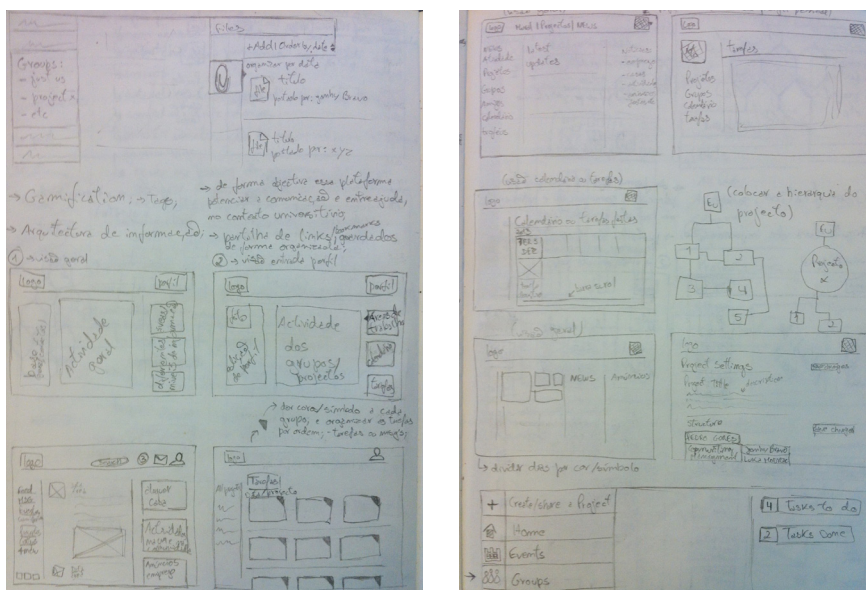
5.4 Segundo Momento: Proposta de uma plataforma web

A solução proposta para este objetivo, é uma plataforma online especializada. Esta plataforma consiste na criação de uma estrutura, que permita a ligação entre alunos, professores e cursos. De forma a que diferentes cursos possam interagir, através da partilha de saberes e experiências entre alunos e professores.

O que se pretende é quebrar as barreiras físicas aparentemente existentes, tentando combater e implementar uma outra forma de comunicar, através de tecnologia e dispositivos atuais e aos quais os indivíduos pertencentes a uma comunidade académica estão familiarizados.

Desde o início do exercício de conceptualização e prototipagem da plataforma web, ficou definido que neste primeiro momento da proposta seria mais favorável desenvolver o conceito para *desktop (web)*, pois a dimensão da informação e numa primeira fase de teste, assim o exige.

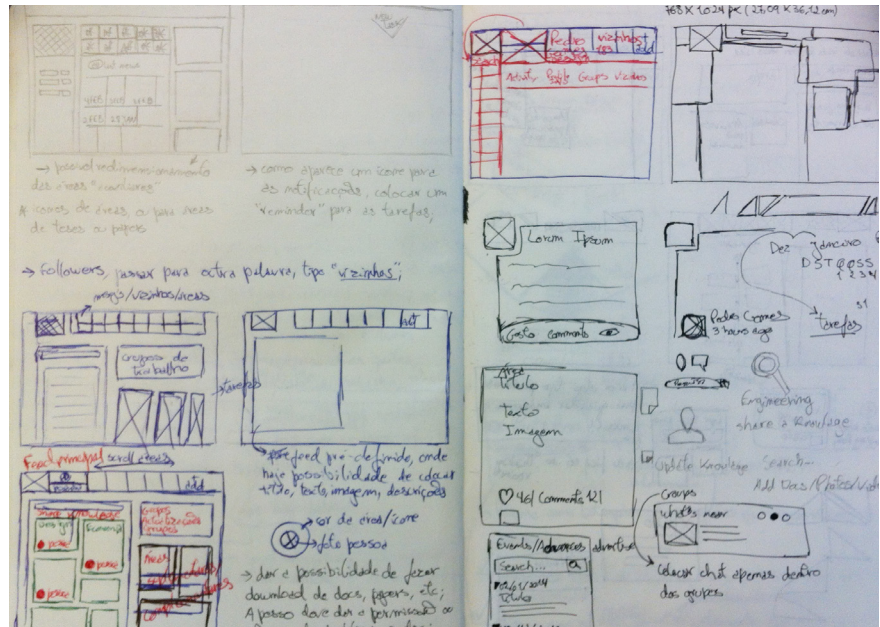
As primeiras representações da plataforma foram feitas através de esboços, na tentativa de começar a criar uma estrutura base. Foram esboçados os alicerces e as linhas guia, de maneira a dar forma à plataforma, tendo também por base as referências apresentadas no ponto anterior (5.3 Referências para o projeto).



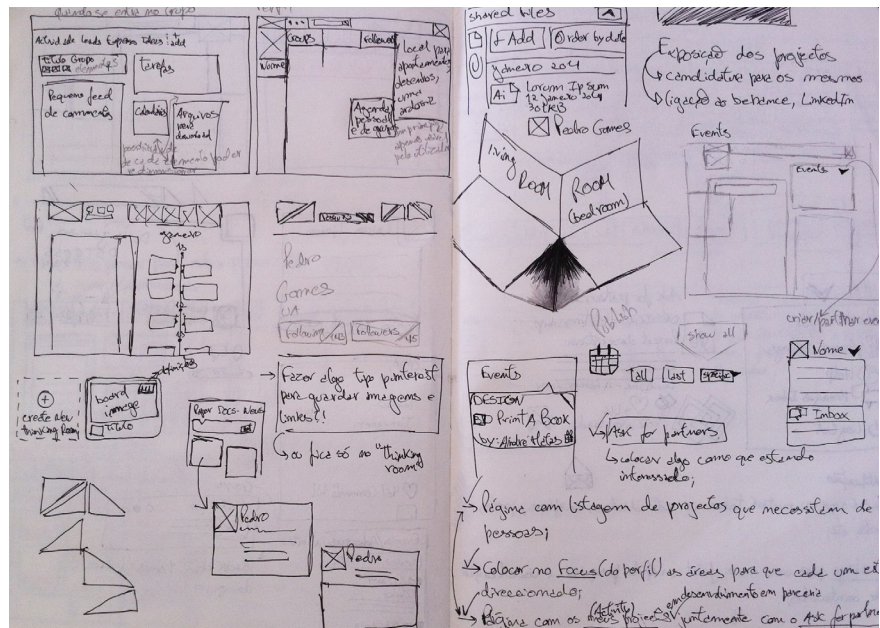
Figuras 16; 17 | Primeiros esboços das ideias para a plataforma Web, realizados por Pedro Gomes

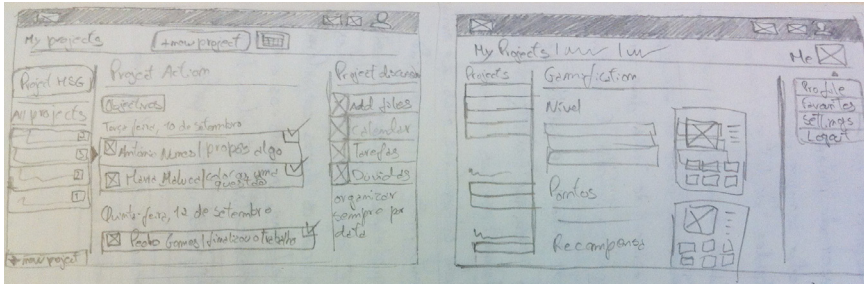
Começou-se a delinear a grelha, onde foram desenhados possíveis momentos a aplicar as ferramentas pretendidas na plataforma. Foram feitos diferentes esquemas, de forma a tentar perceber qual a melhor opção, através de diferentes layout e interações.

Figuras 18 | Primeiros esboços das ideias para a plataforma Web, realizados por Pedro Gomes



Figuras 19 | Esboços das ideias para a plataforma Web, realizados por Pedro Gomes

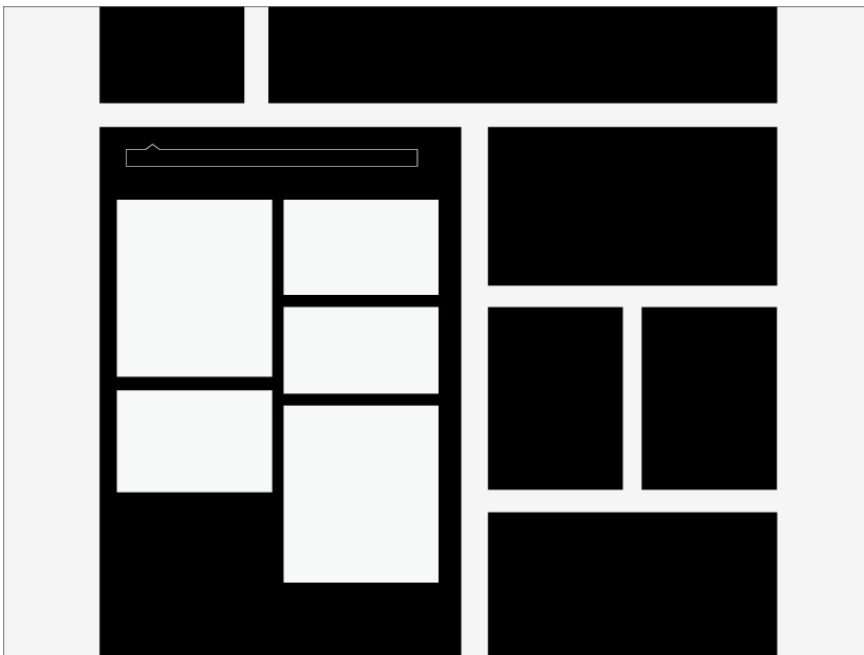




Figuras 20 | Esboços das ideias para a plataforma Web, realizados por Pedro Gomes

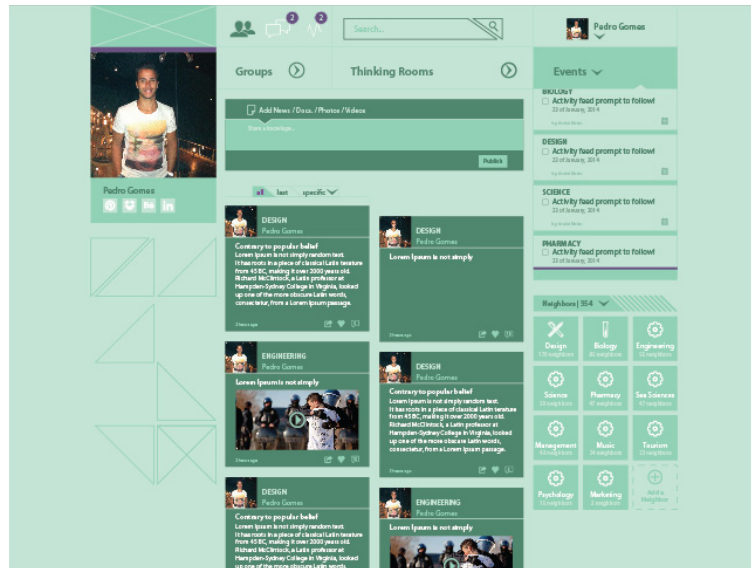
Numa segunda fase, passou-se do papel para o digital. Através do desenho vetorial de um layout geral, onde se começou por traçar as linhas guias e a estruturar a organização da informação. Mas, cometeu-se o erro de começar a esboçar o projeto, com a idealização de uma rede social, o que neste contexto não faz sentido, pois esta é uma proposta que se pretende que seja apenas de índole laboral.

Houve desde o início a preocupação de criar uma hierarquia de informação em Z, como a leitura, da esquerda para a direita. É importante manter os hábitos inerentes a grande parte das culturas europeias e mundiais, e aos quais estamos completamente familiarizados. Tanto em revistas, como jornais, websites e plataformas laborais ou recreativas, estamos habituados a este tipo de hierarquia, sendo que é importante mantê-la, para que haja uma leitura e compreensão dos elementos e da informação, mais simplificada, clara e direta.



Figuras 21 | Primeiro esboço digital da plataforma

Figuras 22; 23 | Primeiros desenhos vetoriais para a plataforma



Após estes primeiros desenhos vetoriais, havia alterações claras a fazer. Redesenhou-se o que tinha sido feito, pois o que estava apresentado, tanto a nível estético como funcional, não ia de encontro aos objetivos pretendidos para o desenvolvimento desta plataforma.



Figura 24 | Primeiras alterações

Ainda assim, pretendia-se ir ainda mais além. A plataforma foi novamente redesenhada, através de novas cores, formas e funcionalidades. Passou-se para uma solução mais gráfica e apelativa, através de um *layout* redesenhado e trabalhado para ser mais funcional e estético. De forma a ir de encontro aos objetivos pretendidos, e não transparecer a tal imagem de rede social, como ainda vinha a acontecer um pouco nos primeiros desenhos vetoriais (Figura 22; 23; 24).

Através da continua pesquisa de plataformas, como as apresentadas no capítulo anterior e outras mais, a plataforma tem vindo a ser otimizada e melhorada constantemente. Revelou-se importante explorar os diversos caminhos possíveis de navegação, simulando diferentes ecrãs.

Esta plataforma apresenta diferentes funcionalidades, que pretendem responder e gerir uma simplificação de processos, através de uma comunicação mais rápida, direta e objetiva, de uma partilha mais eficaz e direcionada de saberes e experiências, e ainda criar processos de interação mais articulados entre alunos, professores e áreas científicas.

Assim, chegou-se ao desenho final apresentado em seguida:

Figura 25 | Redesenho da plataforma, correspondente ao menu “timeline”

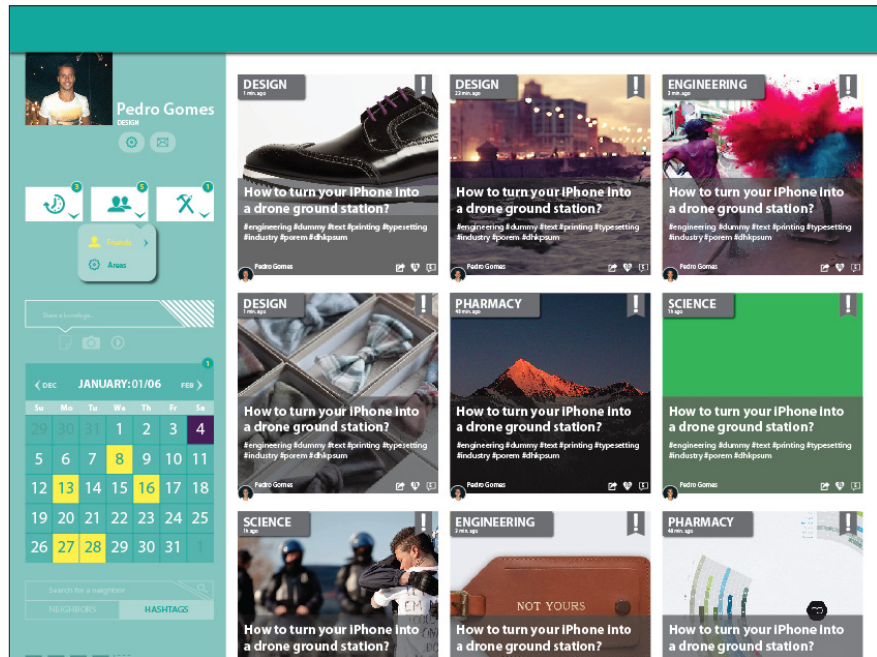
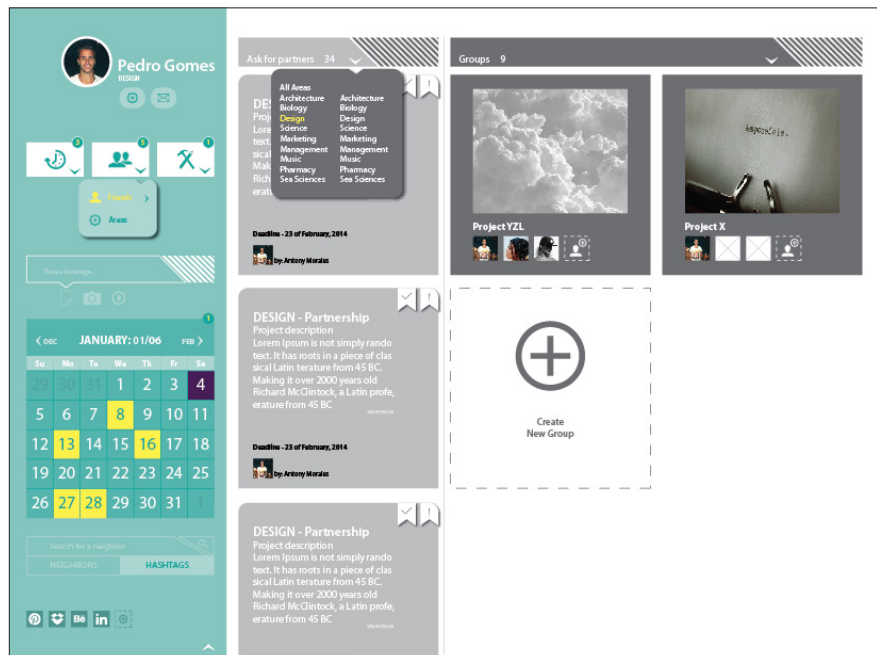


Figura 26 | Redesenho da plataforma, correspondente ao menu “trabalho”



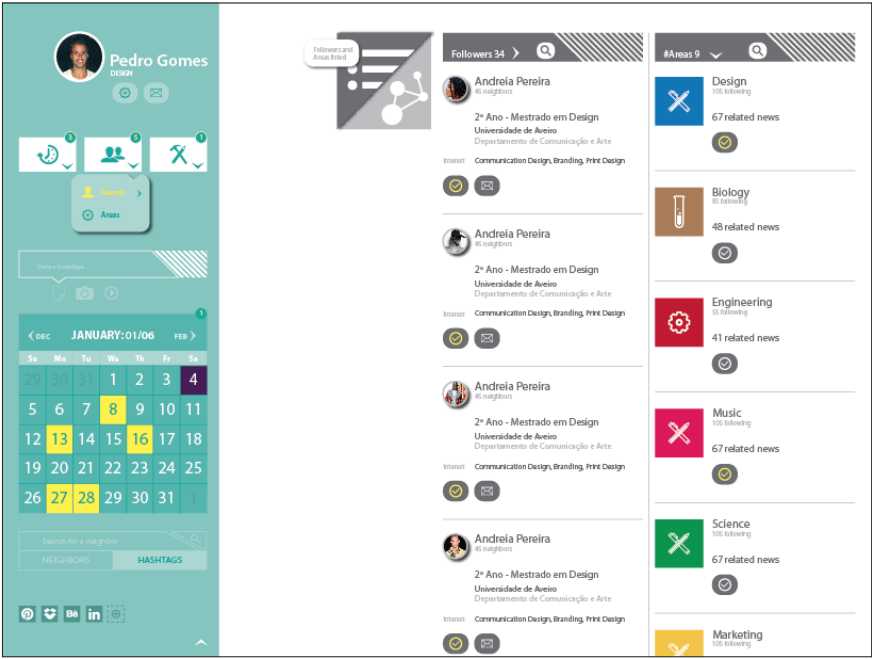


Figura 27 | Redesenho da plataforma, correspondente ao menu “seguidores”

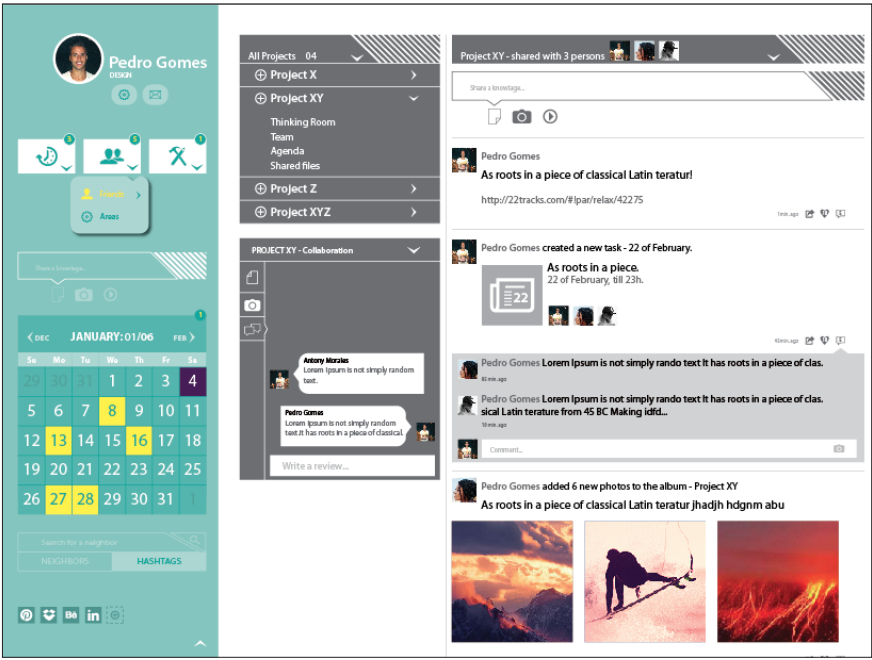


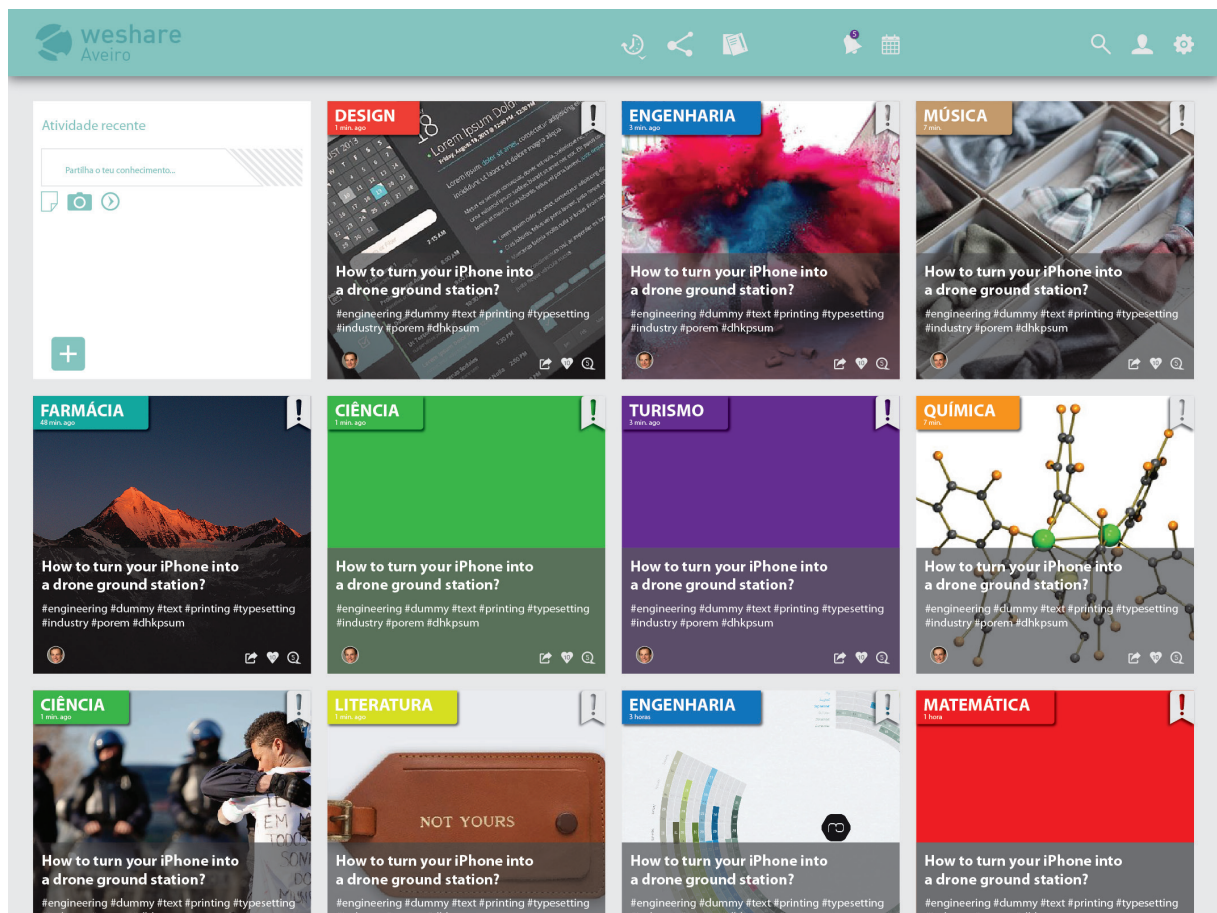
Figura 28 | Redesenho da plataforma, correspondente às publicações, partilha de documentos e interações dentro de um grupo

Foram realizados testes de interação que foram complementados por um curto questionário. Estes testes foram realizados através de uma plataforma web, a *Marvel App*¹⁵, esta possibilita a criação de pequenas interações que permitem fazer testes mais aproximados da realidade. Foi pedido aos possíveis utilizadores que explorassem a plataforma sem quaisquer restrições, de forma a no final poderem responder ao inquérito de forma válida. Obteve-se uma amostra de 50 pessoas a responderem a este pequeno inquérito complementar.

Após estes testes, ainda foram feitas alterações. Foram aperfeiçoados pormenores e redefinidos alguns momentos de interação e passagem entre menus. Também os ícones e contrastes de cores, sofreram algumas modificações.

Este tipo de plataforma exige um redesenho constante de forma a responder da melhor maneira ao que se propõe, sendo constantemente atualizada, para que se mantenha o mais apelativa e funcional possível. Em seguida, é explicado e descrito cada ecrã da mesma.

Figura 29 | Ecrã da página principal da plataforma, a *timeline*



¹⁵ <https://marvelapp.com/>

Esta é a página principal da plataforma (Figura 29), o menu *timeline*. Quando aberto o *website* pelo utilizador, é automaticamente redirecionada para esta página. Neste menu, são apresentadas notícias e projetos desenvolvidos ou em desenvolvimento, tendo em conta as pessoas e áreas que cada utilizador irá seguir. Cada utilizador tem a possibilidade de publicar notícias e projetos. As partilhas são feitas por área científica e por ordem cronológica.

Aqui, cada notícia ou projeto partilhado, deve ser acompanhado de *hashtags*¹⁶ com palavras-chave, de forma a garantir uma pesquisa te comunicação mais funcional e rápida.

É possível observar que, nas notícias referentes à área das Ciências, Turismo e Matemática, o *layout* aparece sem imagem, só com uma cor. Cada área tem uma cor definida pela própria universidade. O que se pretende, é que a pessoa quando pública uma notícia, um projeto, etc., possa escolher uma imagem para essa publicação. Sendo que, quando a pessoa não quiser ou não tiver uma imagem para colocar, a plataforma automaticamente atribui a cor para a área a que a publicação se destina, para que em termos gráficos e estéticos possa garantir destaque e visibilidade mesmo sem a imagem.



Figura 30 | Ícone do menu *timeline*

¹⁶ São compostos por uma palavra ou frase, antecedida pelo símbolo cardinal (#). Dentro de uma plataforma online funcionam como um hiperlink, que está indexado aos mecanismos de pesquisa, e que facilita o processo de pesquisa entre os vários utilizadores.

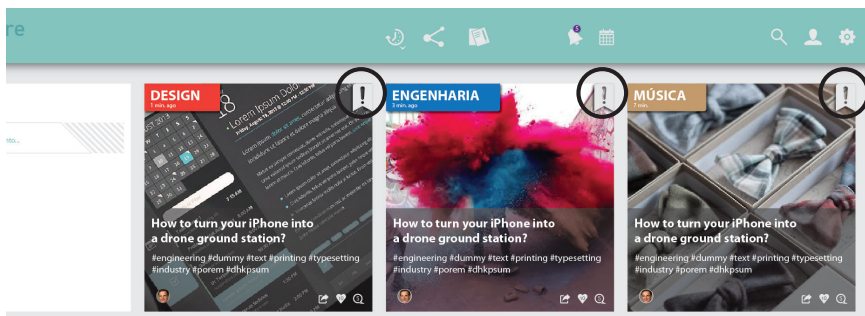


Figura 31 | Destaque do ícone das publicações favoritas

Há que destacar uma ferramenta que também tem a sua relevância na plataforma. Cada publicação é acompanhada por um ícone com um ponto de exclamação, esse ícone serve para marcar a publicação como notícia favorita, caso o utilizador assim o deseje. De forma a esta ser arquivada e estar sempre disponível para quando a pessoa quiser rever.



Figura 32 | No menu *Definições*, poderá encontrar entre outras opções, as *Notícias Favoritas*, que irá redirecionar para uma página onde estão todas as notícias selecionadas como favoritas

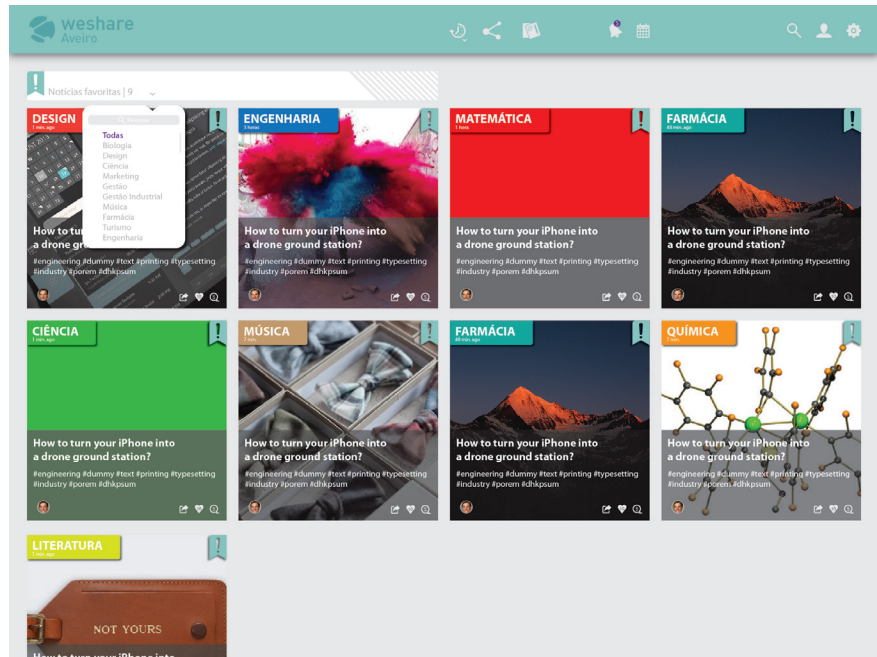
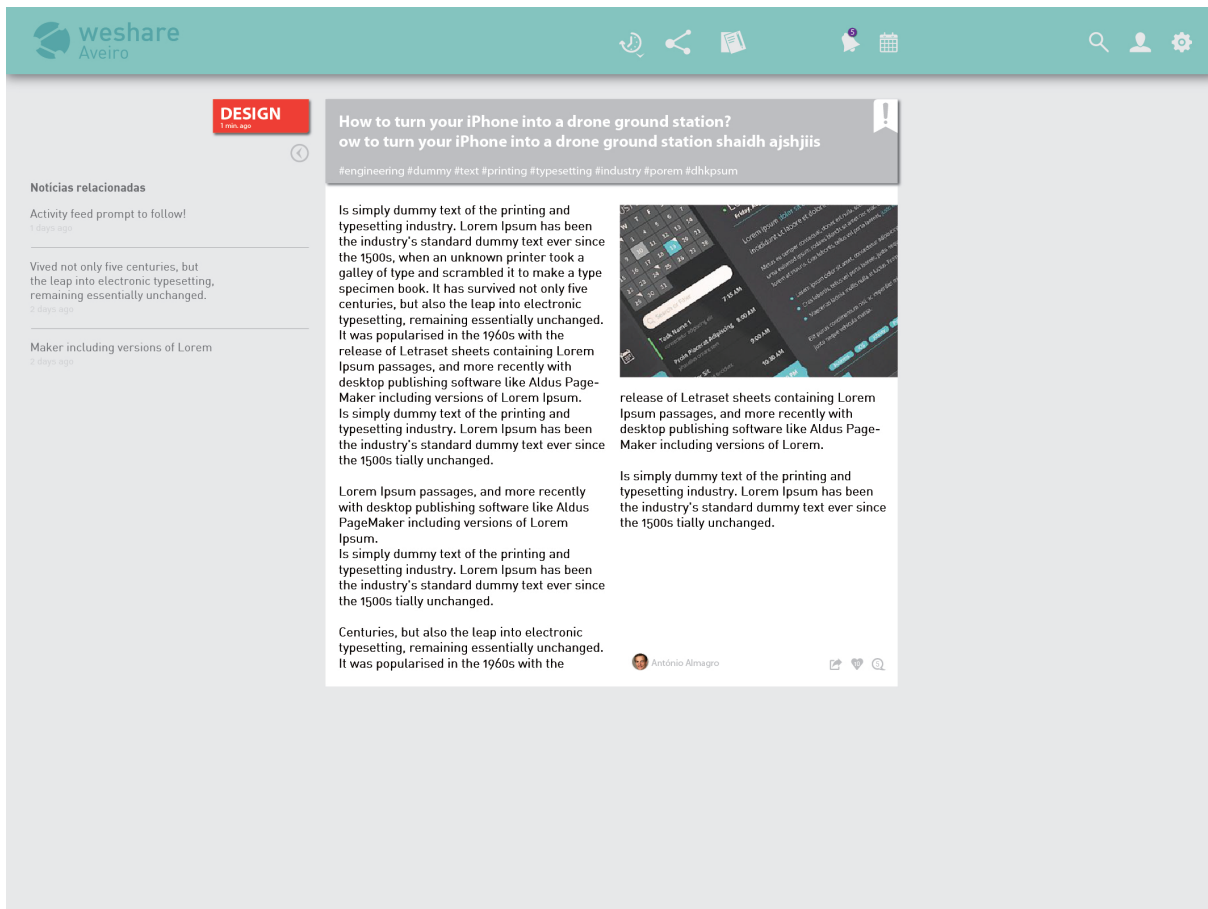


Figura 33 | Ecrã exemplificativo da página para as *Notícias favoritas*

Como é possível observar, na Figura 31, o ícone das notícias favoritas antes de estar selecionado apresenta um tom de cinza claro. Posteriormente, quando selecionado, e como é possível observar na Figura 29, o ícone passa para o tom de azul esverdeado característico e identificativo de toda a plataforma. Assim o utilizador saberá automaticamente quais as partilhas que marcou como favoritas.

Na Figura 33, pode ver-se a página dedica às *Notícias favoritas*. Aqui o utilizador tem a opção de ter acesso a todas as notícias que selecionou como favoritas, ou poderá optar por selecionar apenas uma área, surgindo assim as notícias selecionadas como favoritas, referentes à área em causa.



Na figura 34 é apresentado um exemplo de uma notícia aberta, após ser selecionada no menu *timeline*. As notícias ou projetos partilhados, quando abertos, poderão ter texto, imagem e vídeo. Estas notícias ou projetos estão sempre relacionados com uma área, onde na coluna lateral esquerda, são apresentadas as três mais recentes notícias relacionadas com a área em questão.

Figura 34 | Ecrã exemplo, de uma notícia selecionada no menu *timeline*

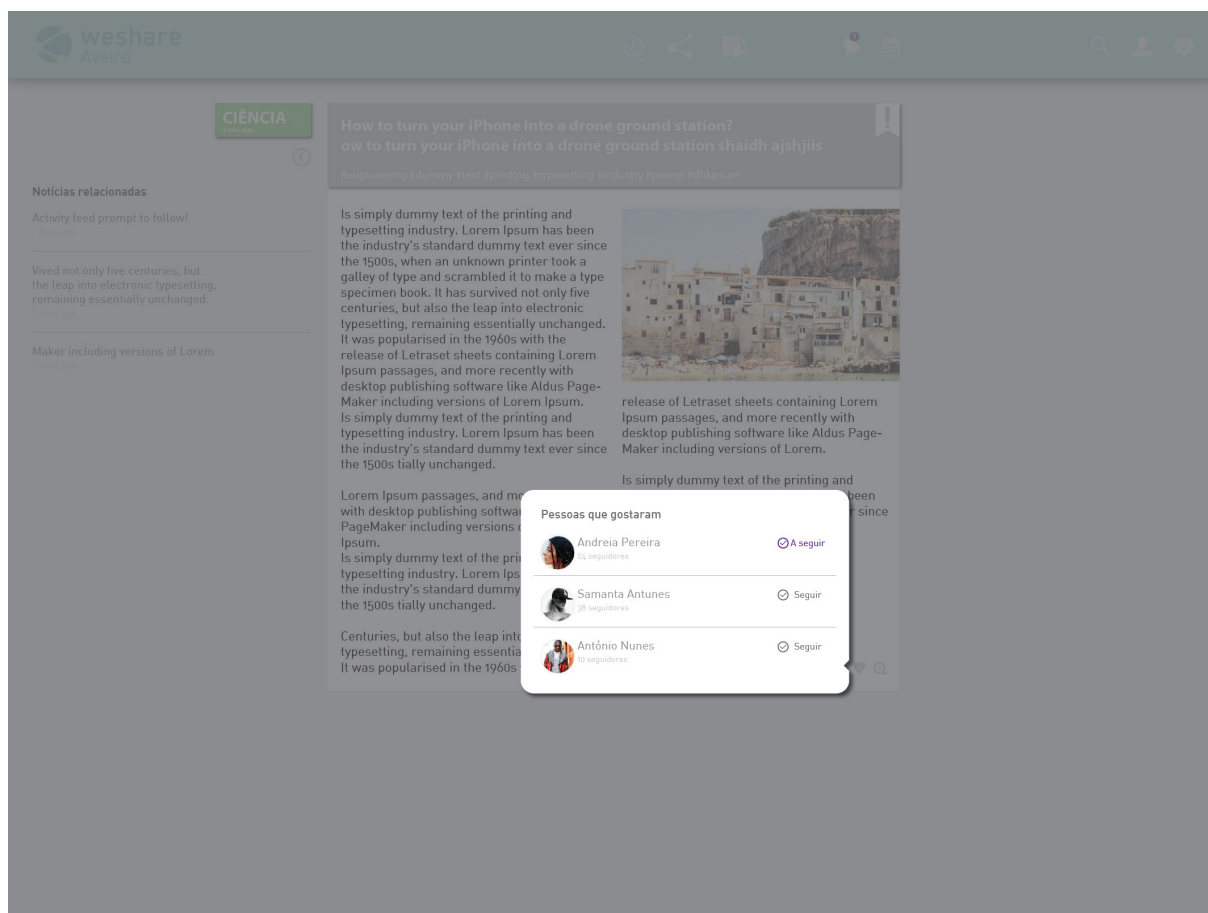
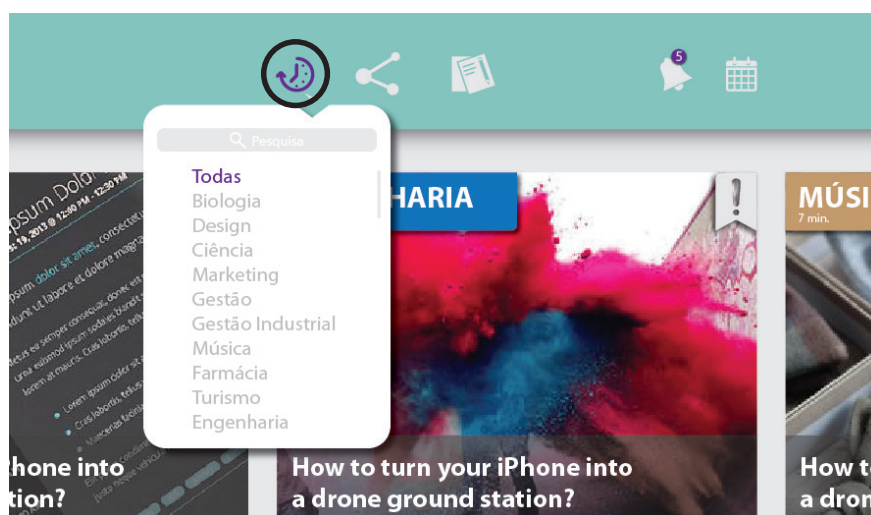


Figura 35 | Ecrã exemplo, de quando se seleciona comentários ou gostos que a publicação tem

Aqui exemplifica-se o layout definido, aquando da seleção de comentários ou gostos. É sobreposta à publicação uma *layer* num tom de cinza com transparência, garantindo destaque ao que foi selecionado.

Figura 36 | Pormenor do ícone das opções da *timeline*. Aqui é possível filtrar as notícias e projetos por área



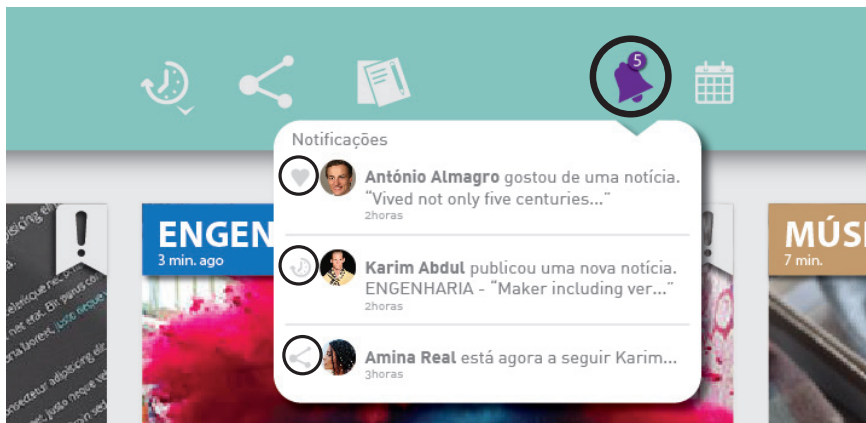
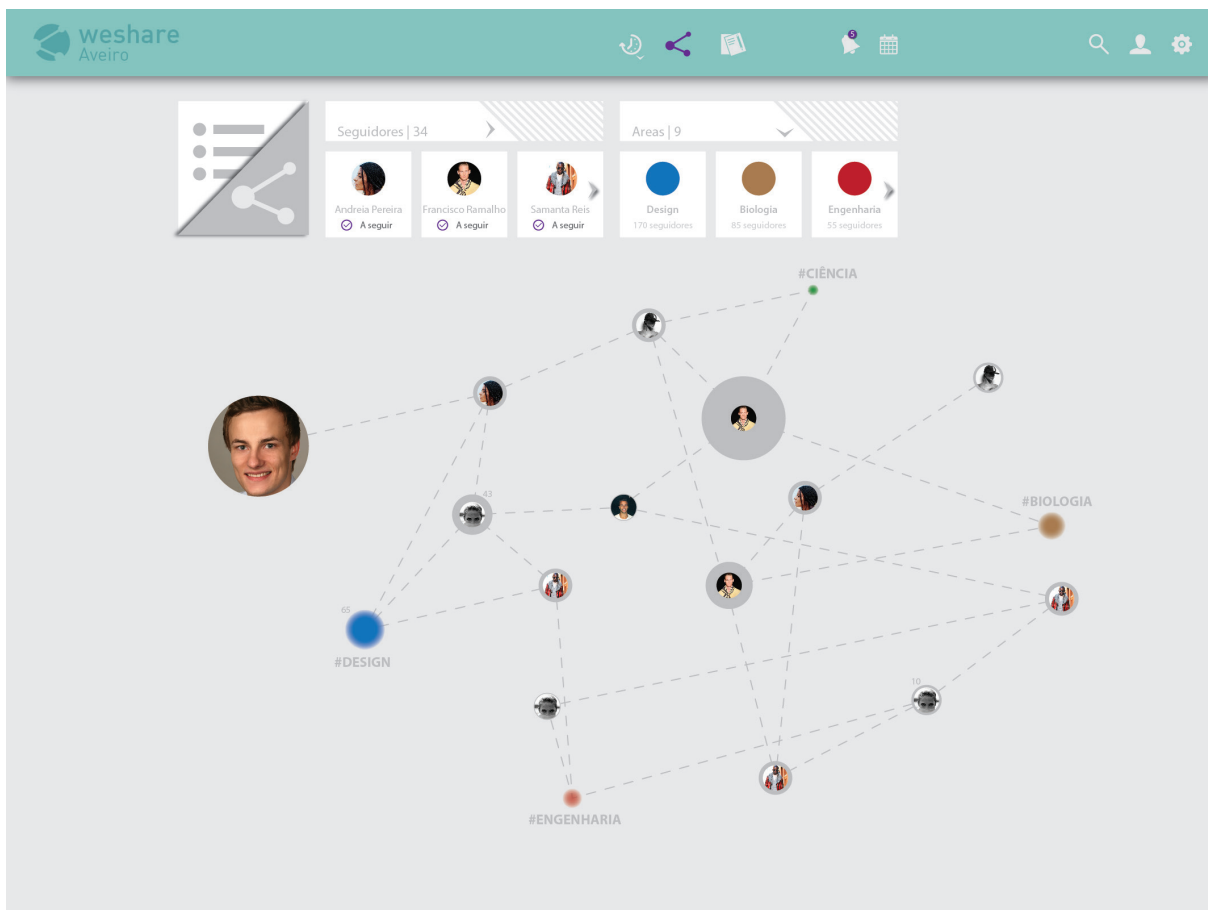


Figura 37 | Pormenor do ícone das notificações. Estas são apresentadas cronologicamente, da mais recente até à mais antiga. Cada notificação tem o ícone distintivo do que se refere, se a uma notícia partilhada, se um gosto ou se começou a seguir ou ser seguido por outros utilizadores.

Seguidores

Este menu, permite a cada pessoa, não só seguir outros utilizadores, como também lhe permite seguir áreas científicas. Optou-se por usar o conceito de “*follower*”, pois este permite uma abordagem mais rápida,

Figura 38 | Ecrã do menu Seguidores, onde é apresentada a versão principal e mais gráfica deste menu



através da simplificação da interação e relação entre os possíveis utilizadores. Este menu permite dois tipos de visualização: a primeira em que está presente uma visualização mais gráfica (figura 38), onde cada área e indivíduo que o utilizador segue, incrementa consoante a quantidade de seguidores que tem; e uma segunda visualização (figura 39), que expõe utilizadores e áreas por lista.

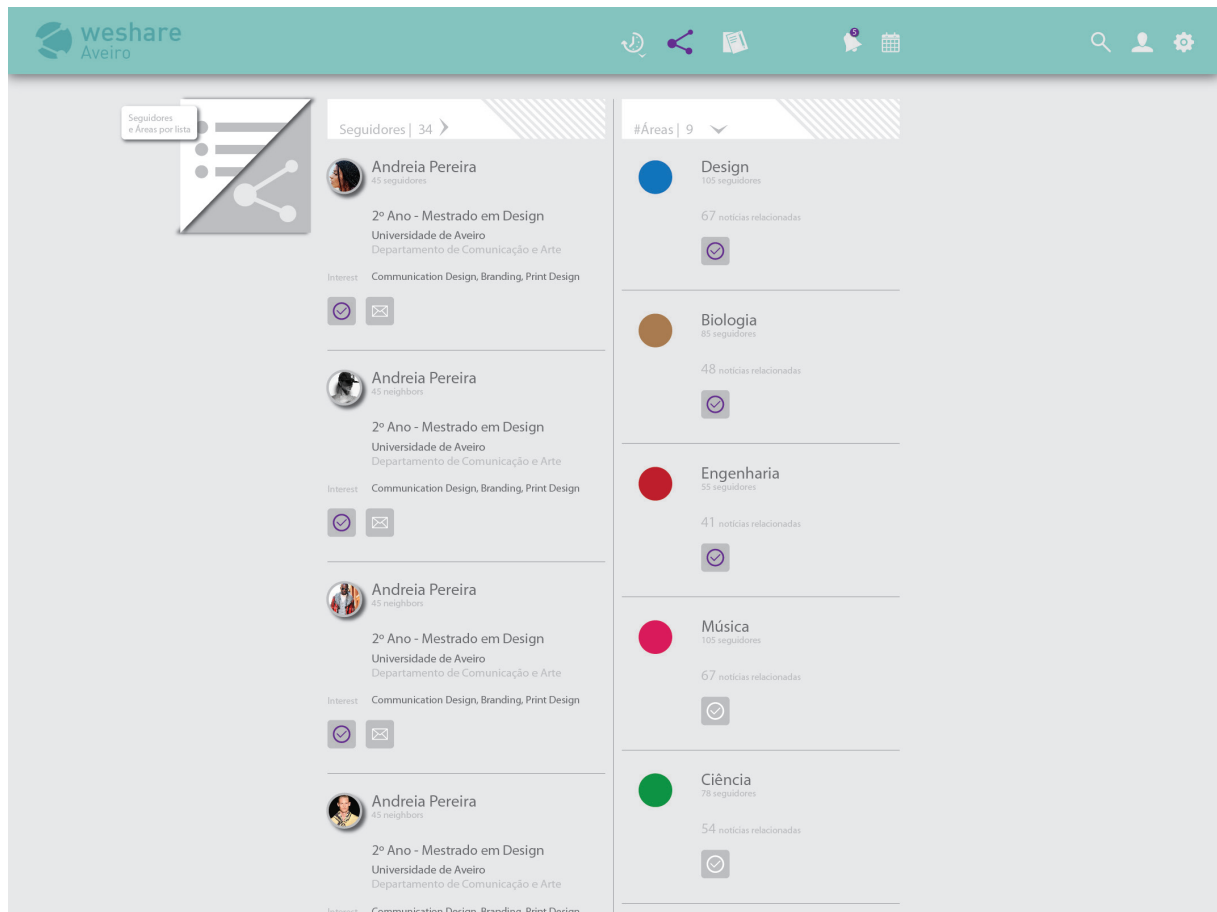
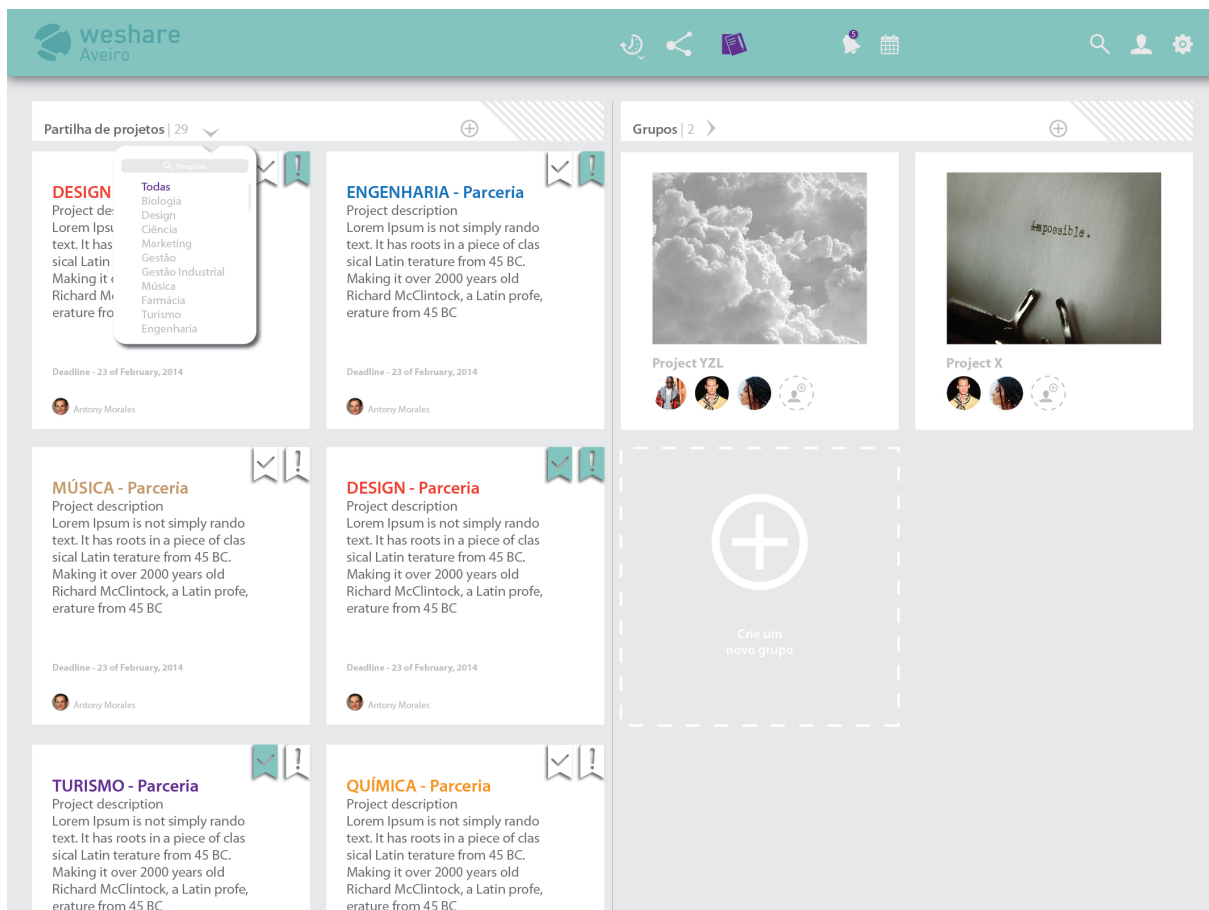


Figura 39 | Ecrã do menu Seguidores, onde é apresentada a versão secundária, onde os seguidores e as áreas estão listados

Trabalho

Apresenta-se em seguida aquele que é o menu mais ambicioso e distinto, e que apresenta duas funções principais estabelecidas: a primeira permite a partilha de projetos, ou seja, um aluno ou professor pode publicar um projeto que esteja a desenvolver e no qual necessite de ajuda num determinado momento ou ação do projeto. Desta forma pretende-se a partilha de conhecimentos entre áreas científicas complementares ou não, mas que permitam ambicionar um novo nível de experiência e partilha; a segunda, permite a criação de grupos de trabalho (tanto por alunos como por professores), tanto para projetos desenvolvidos em âmbito académico como de índole independente. Nesta segunda funcionalidade também existem dois momentos de interesse, um *chat* que permite a comunicação dentro de cada grupo de trabalho e uma área para *brainstorming* que permite a escrita e o desenho, a partilha de *links*, imagens, etc.

Figura 40 | Ecrã do menu Trabalho, onde estão presentes as duas funcionalidades principais, a partilha de projetos e criação de grupos de trabalho



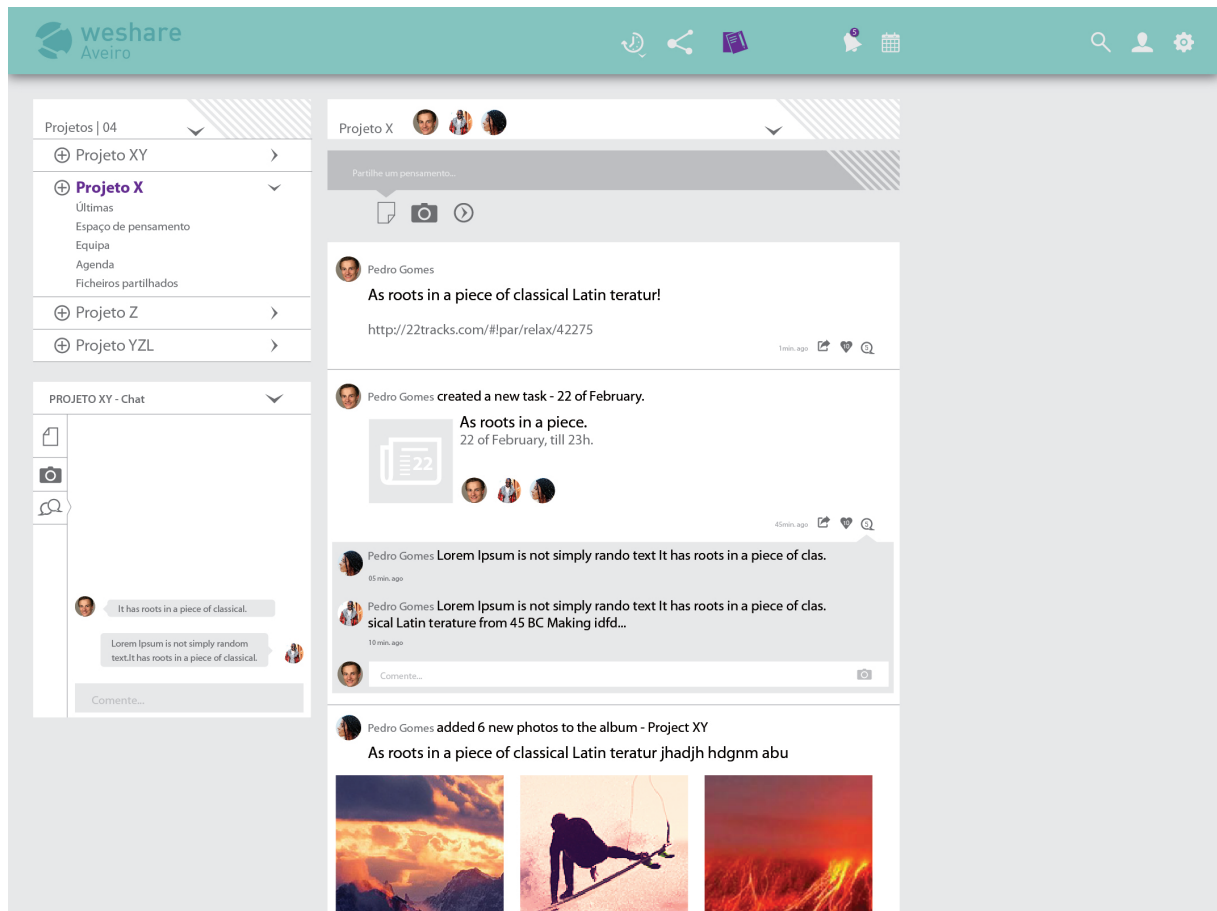
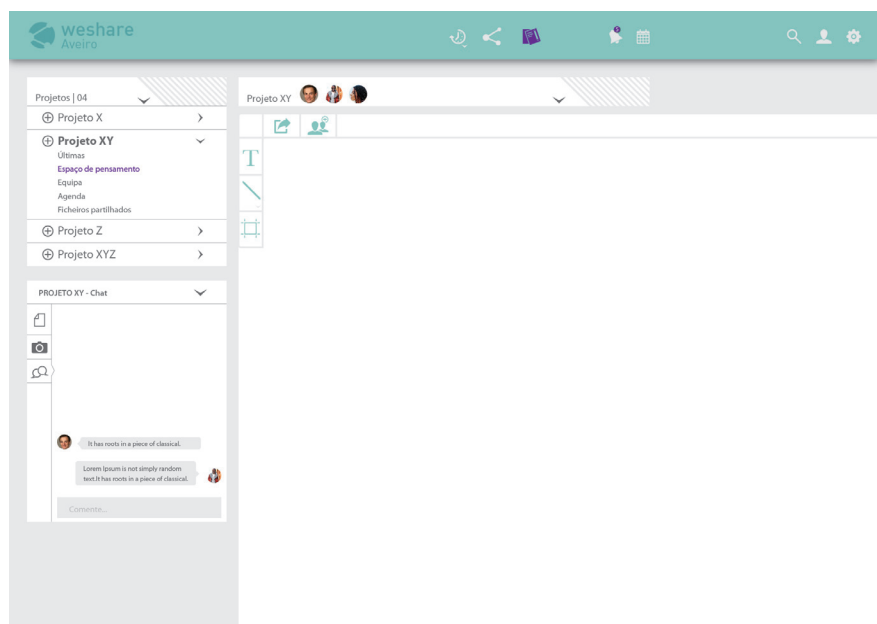


Figura 41 | Ecrã exemplificativo de um grupo, onde são exibidas as ações do grupo e o *chat*

Figura 42 | Área de *brainstorming* para os grupos de trabalho. Pretende-se que funcione como se de uma ardósia se tratasse, onde permite escrever, desenhar, partilhar imagens e *links*, e onde todos os elementos do grupo devem interagir e trocar ideias



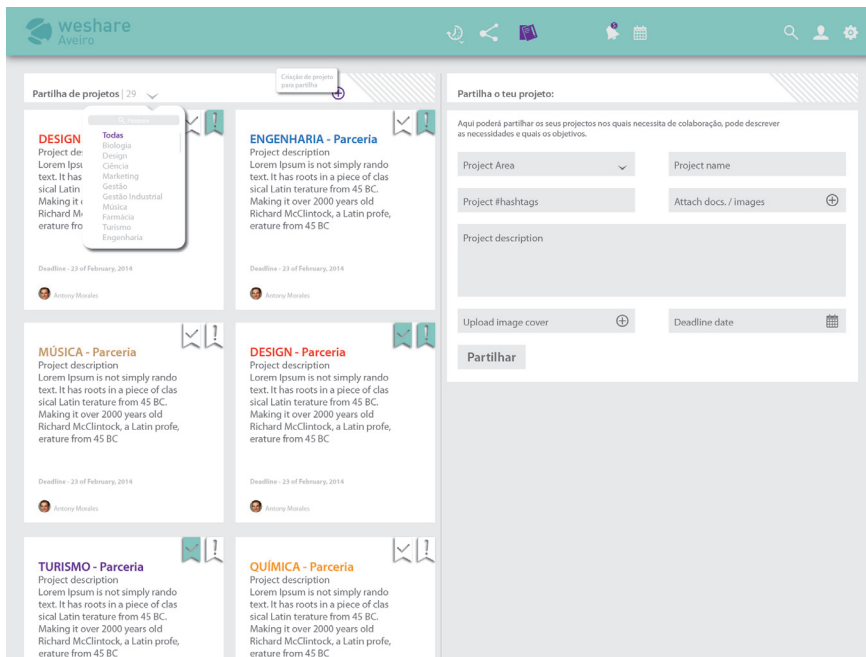


Figura 43 | Aqui o objetivo passa por arranjar parceiros para projetos de áreas complementares ou não. A pesquisa por projetos que necessitem de parceiros pode ser filtrada por áreas.

Figura 44 | Ecrã inicial da plataforma, onde a pessoa se pode inscrever. Aqui professores e alunos podem inscrever-se, selecionando a sua opção; tal como utilizadores exteriores também se podem inscrever, sendo que nesse caso apenas tem acesso às notícias e projetos publicados pelos atores ativos (alunos e professores), não tendo acesso às ferramentas disponíveis na plataforma

Outros ecrãs

weshare Aveiro

António Almagro
ENFERMAGEM

A seguir **Mensagem**

Projetos a desenvolver | 04
A seguir | 58

Atualmente Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte
2º Ano - Licenciatura em Enfermagem

Áreas de interesse Graphic Designer, Service Designer

Dedicado Communication Design, Branding, Print Design

Descrição
Is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

Experiência
Is simply dummy
Text of the printing and typesetting industry
Setembro de 2013 até ao presente, Aveiro
Is simply dummy
Text of the printing and typesetting industry
Setembro de 2012 a Janeiro de 2013, Lisboa

Contactos
Email
uasidhsdasidj@odhas.com
Telemovel
(+351) 876 876 876

Figura 45 | Página referente ao perfil de cada utilizador. Um espaço simples e dedicado às informações relevantes de cada indivíduo, informações pessoais, a sua experiência, áreas de interesse, etc. É permitido a cada indivíduo definir o tipo e quantidade de informação que pretende partilhar no seu perfil

Figura 46 | A agenda tem um papel complementar, na ajuda a todas as atividades, grupos e lembretes. Esta agenda irá funcionar dentro da plataforma, e se assim o utilizador o quiser, poderá também sincronizar com a agenda do seu computador pessoal

weshare Aveiro

Junho 2014 Mês | Semana | Dia

Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
26	27	28	29	30	31	1
	Encontro com Rui e Pedro DeCa - 14h					
02	03	04	05	06	07	08
			REUNIÃO Grupo XY 12:30h			
09	10	11	12	13	14	15
	Entrega de cartaz					
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Para se chegar a este desenho final (uma plataforma com estas funções nunca está finalizada, deve estar sempre em constante desenvolvimento de forma a ir de encontro às constantes necessidades dos utilizadores), foram essenciais os estudos e testes realizados, sendo que o último teste de interação foi o mais significativo¹⁶.

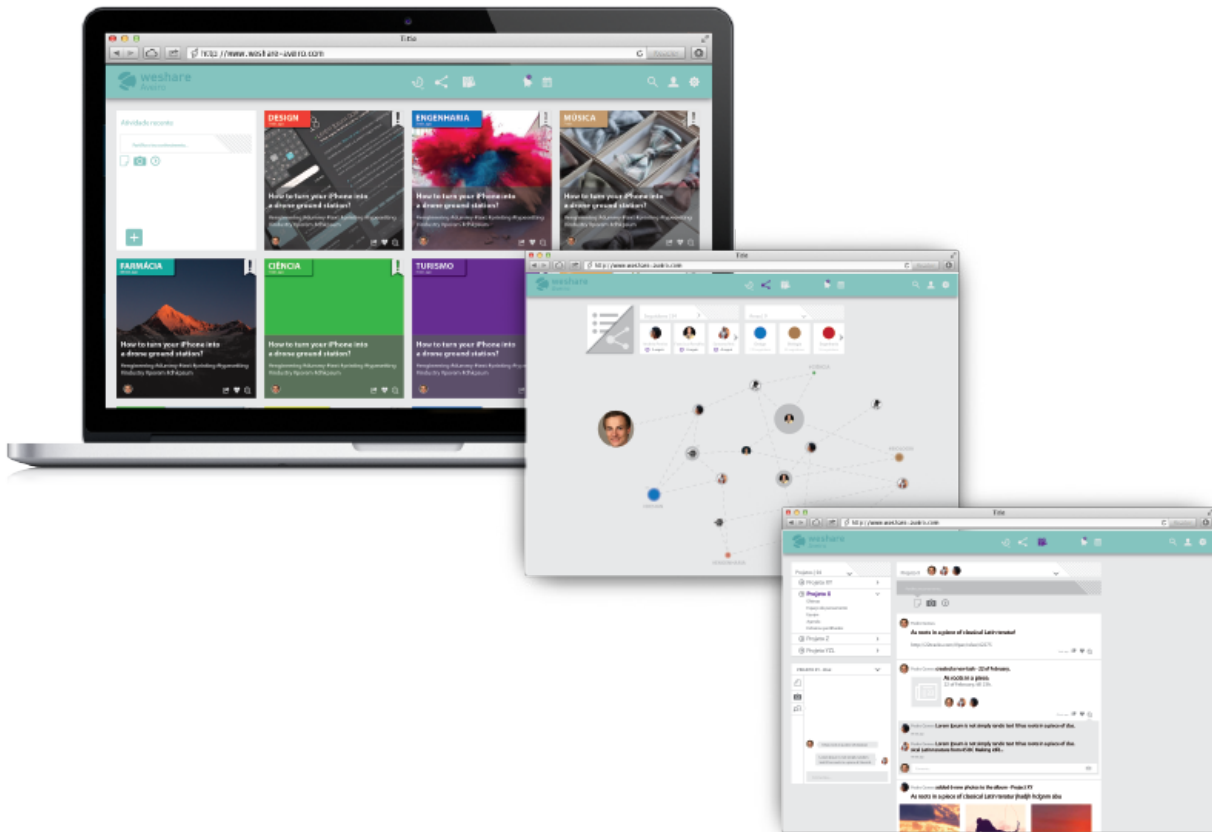


Figura 47 | Ecrãs exemplificativos da plataforma web, aplicada num web browser

No questionário que complementou os testes de interação, foram colocadas cinco questões:

1) Os ícones apresentados na plataforma são-lhe familiares e de rápida interpretação?

85% dos inquiridos respondeu que sim, enquanto 15% respondeu que não.

2) A plataforma web é intuitiva?

Aqui, 88% respondeu afirmativamente, sendo que 12% respondeu que

////////////////////
¹⁶ Consultar *Inquérito 2* em anexo

não acha que a plataforma *web* seja intuitiva.

3) A navegação e interação entre páginas e menus é clara?

A navegação e interação na plataforma é clara para 73% dos inquiridos, já os outros 27% não concordam.

4) As cores, formas, símbolos e tipo de letra são:

Esteticamente apelativas e vão de encontro ao objetivo a que a plataforma se destina?

85% concorda que sim, já os outros 15% acham que as cores, formas, símbolos e tipos de letra não vão de encontro ao objetivo da plataforma.

5) Avalie de 0 a 10 a plataforma.

Aqui a diversidade de opiniões foi um pouco maior. Sendo que, a maioria dos inquiridos (27%) avalia a plataforma com um 7, sendo que de 0 a 10, está com uma média bastante aceitável.

Assim, é possível concluir que a plataforma *web* está a ter uma aceitação razoável e está a ir de encontro àquilo a que se propõe. Ainda assim, necessita de alguns ajustes de forma a potenciar da melhor forma as ferramentas que tem implícitas. Ao longo do seu desenvolvimento e implementação, deve ser constantemente readaptada e redesenhada de forma a responder à constante criação de novas necessidades.

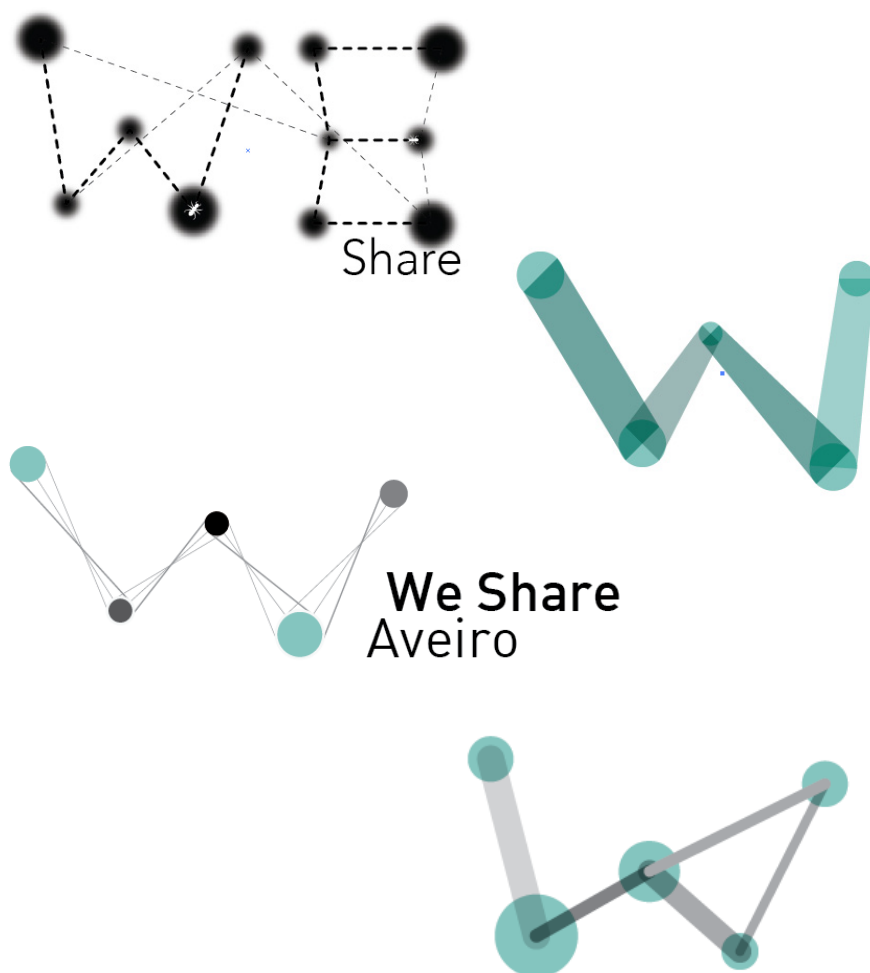
5.5 Identidade do projeto - *We Share*

Para complementar o projeto, foi desenvolvida uma identidade própria e demarcada para o mesmo. Pensada de forma a ser replicável a outras comunidades académicas, tal como a própria plataforma, optando-se por um nome curto, facilmente pronunciável e que consiga transmitir aquilo a que a plataforma se predispõe.

We share (nós partilhamos), foi o nome escolhido. Apesar de ser em inglês, é facilmente pronunciável, e não deve ser um entrave, pois as comunidades académicas são portas abertas para o mundo, onde a língua universal ainda continua a ser o inglês, e à qual estas comunidades devem estar familiarizadas.

Foram realizados alguns estudos para o logótipo, como podemos observar nas imagens abaixo.

Figura 48 | Estudos para o logótipo de plataforma - *We Share*



Notou-se que ainda não tinha chegado ao objetivo idealizado, e a mensagem não estava a ser transmitida de maneira clara e objetiva. As formas foram simplificadas, de maneira a que, de forma mais rápida e intuitiva se conseguisse transmitir a mensagem pretendida.

Figura 49 | Estudos para o logotipo de plataforma - *We Share*

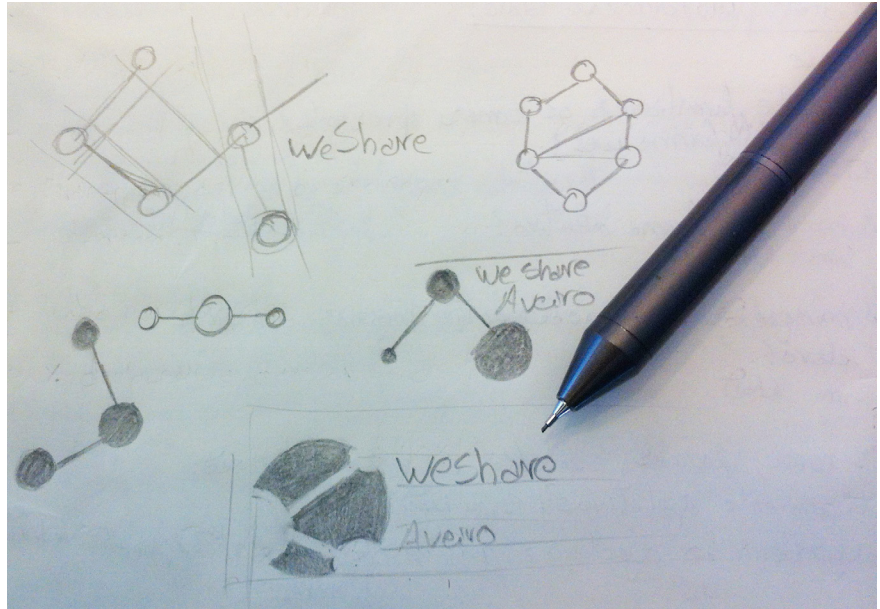


Figura 50 | Fonte de inspiração para o logotipo

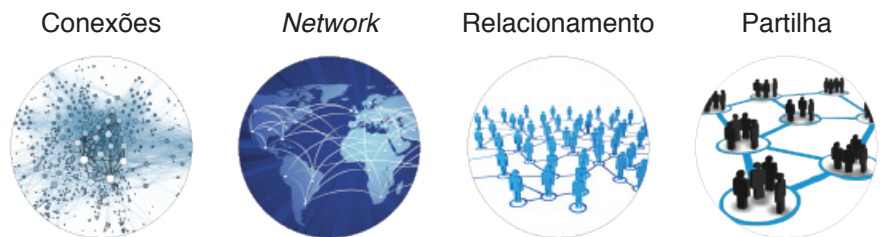
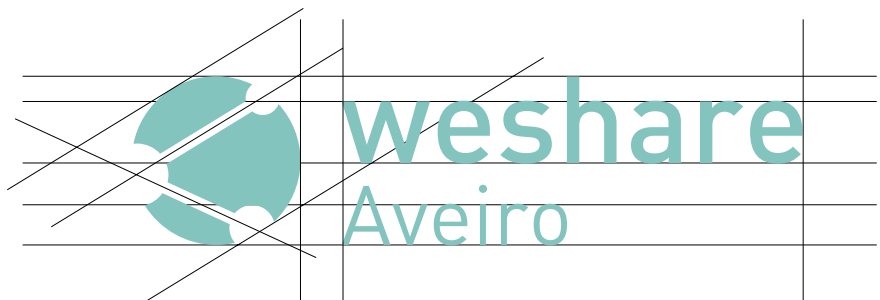


Figura 51 | Junção dos símbolos que levaram à criação do logotipo



Figura 52 | Linhas guias para a construção e alinhamentos



Segundo Eva Heller (2007: 8), no seu livro, *A psicologia das cores*, é apresentada uma percentagem das cores mais apreciadas. Sendo que o azul aparece em primeiro lugar, seguindo-se do verde e em terceiro lugar pelo vermelho. De forma geral e universal, os sentimentos e emoções que as cores transmitem, são maioritariamente similares a todos os indivíduos.

Desta forma foi também importante perceber o porquê de três das principais redes sociais, *Twitter*, *Facebook* e *LinkedIn*, utilizarem o azul nas suas marcas e plataformas. Assim, Karen Haller psicólogo especialista em cor aplicada, fala sobre o porque destas três redes sociais aplicarem o azul na sua marca e plataforma, dizendo que:

“Azul é a cor do intelecto, da mente, fazendo desta a cor da comunicação e quando pensamos nos media, tem tudo a ver com comunicação.

O azul transmite a percepção de ser uma cor verdadeira, confiável, segura e fiável. Estas são as qualidades positivas abrangidas por um negocio que escolhe o azul como sua cor.”¹⁷.

O azul é uma cor estrategicamente pensada para meios de comunicação e, é por isso que esta é tão presente nas maiores redes sociais. É uma cor harmoniosa e que transmite amizade, confiança e é uma das cores mais populares no mundo.

Haller aborda também o facto de o azul ser combinado com o branco. Esta psicóloga especialista na cor, refere que o branco também é utilizado para comunicar “clareza, simplicidade e eficiência. Estas marcas podem fortalecer ainda mais a sua mensagem utilizando o branco que está na mesma família de cores harmoniosas tal como o azul.”¹⁶.

As cores e as suas combinações não são feitas nem escolhidas ao acaso. Há um objetivo e uma mensagem a passar para os utilizadores. Assim sendo e, depois de perceber e aprofundar o porquê das grandes redes sociais e plataformas de comunicação utilizarem o azul e branco na sua comunicação, encontraram-se as cores a aplicar neste interface.

Tendo em conta que a cor tem um papel preponderante, e é um dos primeiros estímulos com que os utilizadores se deparam, foi importante pensar e refletir sobre as cores a aplicar e a mensagem a passar através das mesmas.





A plataforma é essencialmente focada numa comunicação clara e num trabalho articulado, deve passar uma imagem limpa, objetiva e de confiança. Sendo o azul e verde duas das cores mais apreciadas no mundo, onde o azul transmite harmonia, fidelidade, verdade, segurança, é a cor

////////////////////////////////////
¹⁷ Karen Haller. “Social Media giants – why they use blue as their primary branding colour” Alicia Cowan. <http://www.aliciacowan.com/social-media-and-digital-marketing/strategy-and-advice/social-media-giants-branding>

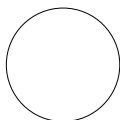
da mente e do intelecto, da comunicação tal como Haller destaca anteriormente. Já o verde, e tal como Eva Heller (2007: 103) destaca no seu livro, esta é a cor da fertilidade, da esperança, da fertilidade e da tranquilidade. Por todos estes motivos, e sendo que a cor azul tem um maior destaque e papel comunicativo, o objetivo foi fazer uma junção das duas, onde o azul tem maior destaque com um toque de verde para garantir um azul “esverdeado”, que possa transmitir uma percepção de confiança, segurança e verdade em conjunto com esperança, tranquilidade e funcionalidade.

A este azul – esverdeado que é aplicado na marca e em grande parte da comunicação, juntaram-se duas outras cores, o branco e um tom de cinza claro.

O cinza foi escolhido para aplicar como cor de fundo para a plataforma, esta que é uma cor modesta e com pouca força, o que garante estabilidade. Já o branco surge na plataforma para criar alguns apontamentos de contraste, clareza e harmonia.

	Cores diretas	RGB	Quadricomia	
	Pantone 7465 PC	R 132 G 195 B 191	C 48% M 6% Y 27% K 0%	Cor utilizada para dar destaque à barra superior, onde aparecem os ícones dos diferentes menus, notificações e definições. Aparece também noutros momentos onde é aplicada em texto, de forma a evidenciar determinadas ações.
	Pantone 7540 PC	R 109 G 110 B 113	C 0% M 0% Y 0% K 70%	Aparece em texto e em pequenos elementos gráficos (linhas). Utilizada para destacar títulos, nomes, etc., assim como para fazer divisão de momentos, através de linhas.
	Pantone 422 PC	R 188 G 190 B 192	C 0% M 0% Y 0% K 30%	Aplicada essencialmente no cabeçalho das notícias, é também aplicada em texto em momentos que se pretende que haja um contraste mais suave. Pode também ser observada em alguns pormenores gráficos.
	Pantone 427 PC	R 230 G 231 B 232	C 0% M 0% Y 0% K 10%	Tom de cor aplicado como fundo da plataforma, para permitir a criação de diferentes contrastes, através da aplicação de branco e de outras cores que permitam um contraste forte. É também aplicada em ícones e em momentos textuais.

O branco surge na plataforma como cor de contraste. É utilizado para criar momentos comunicativos que se pretendem mais *clean* e diretos, onde também divide diferentes momentos de informação.



Branco

R 255
G 255
B 255

C 0%
M 0%
Y 0%
K 0%

Cor que é utilizada apenas em momentos de seleção. Sempre que um ícone, um título, notificação, uma opção, uma definição, etc., é selecionada, este altera sempre para esta cor. Esta cor que sai da paleta de cores apresentada, mas que foi selecionada de forma a criar esse contraste e sobressair facilmente.



Pantone 526 PC

R 102
G 45
B 145

C 75%
M 100%
Y 0%
K 0%

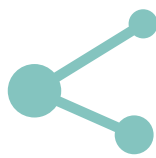
Ícones

De seguida, apresenta-se a família de ícones, parte integrante da identidade, comunicação e interação da plataforma.

Toda a família de ícones foi desenhada de origem para este projeto



timeline



seguidores



trabalho/grupos



notificações



agenda



pesquisa



perfil



definições



sair



ajuda



documentos



fotografias



vídeo



voltar atrás



adicionar



comentários



gostos



partilhar



validação



menssagens



favoritos

confirmação
parceria

chat



seguidores

adicionar
pessoas

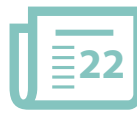
alunos



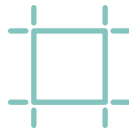
professores



outros

seguidores
por listaseguidores
conectadosprojetos a
desenvolver

eventos

ferramentas
de textolinhas
e formasnovo *layout*



6 Considerações finais

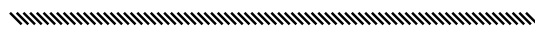
Com o objetivo de corresponder ao proposto, o presente projeto foi compassado por um conjunto de ações planeadas no sentido de chegar à proposta de uma solução. Assim, considera-se que o trabalho desenvolvido, resultou numa experiência enriquecedora, sendo que a aproximação aos atores que se pretendia que tivessem um papel ativo no processo de criação e implementação deste projeto, não foi tão presente e ativa como seria desejável. Tendo em conta o âmbito a que o projeto se destina, a Universidade de Aveiro, e ao que se propõe, troca e partilha de saberes, conhecimentos e informações, não foi possível haver uma proximidade maior no terreno e desenvolver o projeto no âmbito máximo de partilha de tarefas, devido ao dissertador por motivos laborais não poder estar constantemente no terreno.

Ainda assim, depreende-se com esta experiência que existe a possibilidade e até necessidade por parte dos atores inerentes ao projeto, de haver uma maior proximidade, interação e partilha entre os mesmos¹⁸. Sendo que foi perceptível que, apesar de haver abertura para isso acontecer, é notório que existe necessidade por parte destes atores de serem estimulados e provocados de forma a ficarem predispostos a participar em neste tipo de iniciativas.

Sendo que ainda não houve uma implementação efetiva do projeto, ainda não existe uma conclusão do mesmo (apenas foram realizados testes *low-fi*). É essencial que o próximo passo, seja a implementação da plataforma *web* na comunidade académica da Universidade de Aveiro. É importante fazer um período de testes, de forma a serem detetados possíveis erros e lacunas, de forma a tentar que a plataforma seja o mais funcional possível e que garanta uma replicação para outras comunidades académicas de forma eficaz.

6.1 Desenvolvimentos futuros

Futuramente pretende-se apresentar o projeto realizado à entidade para a qual foi idealizado, a comunidade da Universidade de Aveiro, de forma a ser implementado e testado por toda a comunidade académica. Tal como tem vindo a ser mencionado em capítulos anteriores, e nos termos de uma maior interatividade, comunicação e partilha dentro das universidades, há também que considerar a possibilidade de implementação deste projeto noutras comunidades académicas, onde posteriormente num futuro a médio-longo prazo, poderá fazer sentido uma parceria com instituições públicas e privadas, na perspectiva desta plataforma *web* se tornar um complemento no ensino universitário.



¹⁸ Consultar *Inquérito 2* em anexo



Referências bibliográficas

AUTHIER, Michel, Pierre Lévy. *As Árvores do Conhecimento*. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

BEST, Kathryn. *Gestão de Design – Gerir a estratégia, os processos e a implementação do design*. Lisboa: Diverge, 2009.

BROWN, Tim. *Change By Design*. Collins Business, 2009.

BUARQUE, Sergio C. *Metodologia de planeamento*. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

BURDEK, Bernhard. *Diseño – Historia, Teoría y Práctica del Diseño Industrial*. Barcelona: Gustavo Gili, 1999.

BURNS, Colin, Hilary Cottam, Chris Vanstone, e Jennie Winhall. *RED Paper 02: Transformation Design*. Paper, London: Design Council, 2006

DIX, Alan, Janet Finlay, Gregory D. Abowd, Russell Beale. *Human – Computer Interaction*, 3ª edição. Pearson Education Limited, 2004.

ERLHOFF, Michael, e Marshall, Tim. *Design Dictionary, Perspectives on Design Terminology*, Board of International Research in Design. BIRD, 2008.

FIELD, Charlotte & Peter. *Design do Século XXI*. Colónia: Taschen, 2003.

HELLER, Eva. *A Psicologia das cores – Como atuam as cores sobre os sentimentos e a razão*. Amadora: Editorial Gustavo Gili, SL, 2007.

HESKETT, J. *Design*. São Paulo: Ática, 2008.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

LÉVY, Pierre. *Inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

MANZINI, Ezio. *Design para a inovação social e sustentabilidade*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MERONI, A. *Creative communities, People inventing sustainable ways of living*. Milão: Polidesign, 2007.

MOZOTA, Brigitte. *Structuring Strategic Design Management*. 1998.

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Edições 70, 1981.

MUNARI, Bruno. *Design e comunicação visual*. Lisboa: Edições 70, 2006.

MUNARI, Bruno. *Fantasia*. Lisboa: Edições 70, 2007.

O'REILLY, Tim, John Battelle. *Web Squared: Web 2.0 Five years on*. Web 2.0 Summit, 2009.

PROVIDÊNCIA, Francisco. *Gestão do Design - Sector Casa*. Lisboa: CPD/IAPMEI, 2008.

ROBERT, Axelrod. *The evolution of cooperation*. Nova Iorque: Basic Books, 2006.

SCHULMANN, Denis. *O Desenho Industrial*. Campinas: Papirus, 1991.

SOUZA, Rodrigo. *Entrevista – Projeto Cara Brasileira*. 2002.

SUROWIECKI, James. *A sabedoria das multidões*. Lisboa: Lua de Papel, 2007.

Webgrafia

Edna Monteiro. "A Gestão estratégica nas empresas" O desafio 21. <http://www.desafio21.com.br> (acedido em 18 Novembro, 2013).

Francisco Providência. "Opinião" Lisboa Design Show. <http://www.lisboadesignshow.fil.pt/staff-item/opiniao-de-francisco-providencia/> (acedido em 24 de Abril, 2014).

Gerry Gaffney. "The myth of the stupid user" Information & Design – Design for humans. <http://infodesign.com.au/usabilityresources/articles/themythofthestupiduser/> (acedido em 21 de Abril, 2014).

Jean-Paul Joseph. "Performance Metrics to Measure the Value of Design" Design Management Journal vol. 11, nº4. <http://www.dmi.org/dmi/html/conference/europe02/01124GRI10.pdf> (acedido em 20 de Dezembro, 2013).

Karen Haller. "Social Media giants – why they use blue as their primary branding colour" Alicia Cowan. <http://www.aliciacowan.com/social-media-and-digital-marketing/strategy-and-advice/social-media-giants-branding>

(acedido em 15 de Maio, 2014)

Nathan Shedroff, “Seduction? In the interface?” Nathan.com.

<http://www.nathan.com/thoughts/seduction/index.html>

(acedido em 26 de Abril, 2014).

Scott Burnett. “Think Design – Experience” Make Shape Change.

<http://www.makeshapechange.com/think-design/experiences>

(acedido em 22 de Abril, 2014).

Sven Lenaerts. “How human centric web design improves your workflow” Tuts Plus. <http://webdesign.tutsplus.com/articles/how-human-centric-web-design-improves-your-workflow--webdesign-13799>

(acedido em 26 de Abril, 2014).

“Entenda o que é a Web 2.0” Folha de S. Paulo.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>

(acedido em 27 de Abril, 2014).



7 Anexos

- Inquérito 1, “Design como meta disciplina reguladora de uma comunidade de saberes interativa”;
- Inquérito 2, “We Share”;
- Imagens da plataforma *web*.

Design como meta disciplina reguladora de uma comunidade de saberes interativa

Questionário desenvolvido no âmbito da Dissertação para o Mestrado em Design da Universidade de Aveiro, pelo aluno Pedro Gomes.

O projeto a ser desenvolvido tem por base a concepção de uma plataforma online, ampla, versátil, facilmente moldável, dinâmica e interativa. Que permita a indivíduos (alunos e professores) de diferentes cursos/áreas se articularem e desenvolverem em conjunto uma nova ideia de comunidade (em âmbito académico).

Esta plataforma pretende abranger diferentes níveis de conhecimento e transmissão de informações, que devem ser partilhados e trabalhados de forma unificada entre alunos/professores, complementando-se e entreajudando-se.

***Obrigatório**

1. **1) Qual a sua idade e sexo? ***

.....

2. **2) É estudante (ou já foi) ou professor? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Estudante (ex-estudante)

☐ Professor

3. **2.1) Se estudante, qual o curso que frequenta e em que ano se encontra?**

.....

4. **3) Quais as redes sociais que mais utiliza em lazer (ex.: Facebook,) e para âmbito profissional (ex.: LinkedIn)? ***

.....

5. **4) Em algum trabalho/projeto de curso, sentiu necessidade de apoio de pessoas de outras áreas e com outras valências? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

6. **4.1) Em caso de responder Sim. Acha que o trabalho/projeto teria ficado mais completo com a partilha de conhecimentos e troca de experiências com pessoas de outras áreas/valências?**

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

7. **5) Considera importante haver uma maior partilha e interação entre cursos? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

8. **5.1) Acha que o facto de não haver mais partilha e interação, pode ser por falta de iniciativa dos alunos ou dos professores? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Alunos

☐ Professores

☐ Ambos

☐ Outro

9. **6) Normalmente costuma ter acesso a projetos e notícias desenvolvidas por outros cursos que não o seu? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

10. **7) Acha importante haver projetos partilhados entre cursos, de forma a garantir projetos mais próximos do real, criação de redes de contactos e equipas de trabalho? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

11. **8) Uma plataforma online criada para o efeito em âmbito académico, poderia ser uma mais valia? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

12. **9) Estaria predisposto(a) a participar numa plataforma deste género? ***

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

5. 5) Avalie de 0 a 10 a plataforma. *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1 (muito mau)
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 (médio)
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10 (muito bom)

170 respostas

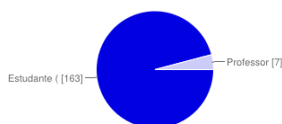
[Publicar análise](#)

Resumo

1) Qual a sua idade e sexo?

27 masculino 27 - Masculino 17 Masculino 55, M 24, F 33 27, Masculino 27 feminino 37 feminino 24 31m feminino 29 23 feminino 20, feminino 23 Masculino 47 masculino 44 Feminino 37 Masculino 26 - macho 21, feminino 22 - M 28, Masculino 23, Masculino 22 21, feminino 23 24 21, fem 25 Masculino 40 F 20 feminino 19 anos, feminino 32 24 masculino 21 F 44 feminino feminino 19 Feminino 32 Feminino 18, masculino 42 M 27 anos, sexo F 18 Masculino 22 feminino 19 M 22/feminino 24, F 20 F 24 - M 20 Feminino 21 23 masculino 20 30 Masculino 22 F 22 anos, feminino 23 F 22, feminino 22 M 20 | Feminino 33 Feminino 21 - Feminino 27 e feminino 21, feminino 21 feminino 15 masculino 25 Masculino 23, F 20, feminino, 20 feminino 21, Feminino 47 Feminino 18, feminino 22, Masculino 25 masculino 27, Feminino 24 anos, feminino 24 anos Masculino 20, F 21 anos Masculino 25 M 29 Masculino Idade 27 sexo masculino 24, masculino 23 Homem 25 masculino 20 FEMININO 24 anos e feminino 19 Masculino 30 feminino 27 M 26 M 24 F 30 M 31 feminino 37 masculino 36 M 24 M 69 25, Feminino 29 feminino 22, f 21, masculino 22, Feminino 19anos, Feminino 24 feminino 28-Feminino 18 masculino 19 anos sexo feminino 20 Masculino H 27 21 Feminino 23 Feminino 26 feminino 20 masculino 19 masculino 25 feminino 35, feminino 21, feminino 18 feminino 23, Feminino 29 - Masculino 22 Feminino 31 feminino 27 - Feminino 24, Feminino 29, MASculino 19 feminino 22 | F 26, feminino 23 feminino 25 e Fem 21 feminino 26 Masculino

2) É estudante (ou já foi) ou professor?



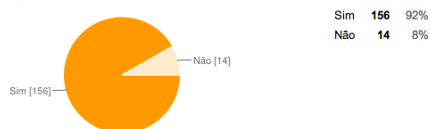
2.1) Se estudante, qual o curso que frequenta e em que ano se encontra?

já acabei a Licenciatura em Design de Comunicação doutoramento educação Design 3ºano Arquitectura Paisagista - Tese de mestrado 2 ano mestrado design Design, 2ºano Licenciatura em Engenharia Informática 1º ano 2.º ano do mestrado em ensino do 1.º e 2.º ciclos Design Licenciado 4º ano, mestrado biologia molecular e celular Design | 3º ano design 3º 3 ano licenciatura em design Design de Calçado Design 2º ano web design 2º ano mestrado em matemática e aplicações 1º ano, design radiologia 2º ano 1º ano Design Licenciada em design Novas Tecnologias da Comunicação 3º 3º ano Licenciatura em Desing Mestrado Engenharia e Design de Produto 2º ano - DESIGN DE COMUNICAÇÃO Design comunicação e Multimédia engenharia informática 1º ano Mestrado em Design, 2º ano Licenciado em Gestao de Empresas 3º Design Tradução, 1º ano Design, 3º Design, 3ºano 4º ano do curso de Design de Comunicação Design terminado Mestrado em Gestao de Marketing Design Design de comunicação 3º ano 3º ano Design Biologia, 1ºano 1º Engenharia Informática Gestão Hoteleira. Ultimo Design de Comunicacao (ja licenciada) Design 2º já terminei Administração Publica, segundo ano Frequentei Design de Comunicação Educação Básica 2º ex estudante ex-estudante 2º ano - Eng Comput Telemática Design, 3º ano licenciatura Design Terminado. 1º ano Mestrado em Design Web Design design 6º Design 2ºano Design Industrial Doutoramento em Design / 2º ano Biologia 2 3º ano licenciatura em Design design Ciências do Mar 2ºano Engenharia Biológica Gestão e Produção de Cozinha 1º ano Arquitectura 4º Medicina, 2º Mestrado em Engenharia e Design de Produto design 2o ano Gestão Meteorologia, Oceanografia e Geofísica 4ºano Engenharia Informática, 1º ano medicina 5º Ciencias 12 Biotecnologia, 1ª Meteorologia, 2º ano engenharia do ambiente, 4º ano Design Comunicação e Multimédia 1º ano Biologia 2º ano Ciências Biomédicas, Mestrado Arquitectura 5ºano Design no 5º ano Design .º DESIGN 3º engenharia do ambiente 5o ano EGI 4º ano LEI 1ºAno Design de comunicação psicologia 2ºano Artes Visuais Design Biologia e Geologia Design, 3º ano 1º ano, Gestão Internacional. 1ºano engenharia e design de produto Mestrado em Novos Media Design, 3º ano Licenciatura 2º do Mestrado em Comunicação Multimédia Design | 2º ano Mestrado Mestrado Bioquímica, 1º Gestão de Empresas design 1ºano Design de Comunicação WEBDESIGN, 1.º Técnico de restauração e bebidas 2 semestre Designd e Comunicação, terminado ciencias farmaceuticas, 4º ano Multimédia 2º Mestrado em Marketing - falta-me a tese!! Gestão Empresarial (1º ano de Mestrado) Design de Comunicação e Multimedia 1ºano Mestrado em Design 2ºano fui estudante de Design em Aveiro (licenciatura e mestrado) TSS em ESTGA design 3º ano Design de Comunicação, Licenciada design de comunicação, 2ºano 3º ano | design de comunicação

3) Quais as redes sociais que mais utiliza em lazer (ex.: Facebook,) e para âmbito profissional (ex.: LinkedIn)?

Facebook- social LinkedIn- profissional LinkedIn e Behance Facebook para ambos FB e Link lazer-Facebook; Profissional-LinkedIn e Facebook facebook, instagram, tumblr Facebook, Behance Facebook, Google+, Instagram, LinkedIn, Behance facebook, tumblr, behance, flickr Facebook e instagram facebook, linkedin Facebook, behance Facebook, tumblr Facebook Facebook (lazer) Facebook, Youtube, LinkedIn, Behance Facebook / LinkedIn facebook Facebook e Behance Facebook e Instagram Facebook, linkedin, CargoCollective Facebook | Behance lazer: Facebook; trabalho:LinkedIn facebook, linkedin, monster Fb face Lazer: facebook. Profissional: - vkontakte, facebook facebook, twitter, instagram facebook Pinterest behance FACEBOOK Facebook, Behance, Pinterest redtube não utilizo lazer: facebook / Pinterest; profissional: behance só o facebook Facebook, Research Gate linkedin, facebook, behance Facebook, twitter Facebook, Twitter, Instagram, Whatsap, LinkedIn Facebook, skype Facebook, Instagram, LinkedIn facebook. researchgate.net Lazer: Facebook, instagram. Profissional: LinkedIn, Behance facebook/linkedin lazer Facebook, intagram. prof linkedin Facebook, Instagram facebook; behance; pinterest; vimeo; archiproduits fabebook FACEBOOK PINTEREST BEHANCE facebook, twitter Facebook em ambos os casos Facebook/Pinterest; Behance Facebook facebook, pinterest, behance Facebook instagram, facebook e twitter Facebook, Behancé Facebook Twitter facebook Facebook, Behance e Dribbble facebook e instagram Facebook, Instagram, LinkedIn Facebook, Behanced, LinkedIn, Flickr facebook, linkedin, behance... Facebook, LinkedIn Facebook para lazer, Behance para âmbito profissional Facebook e LinkedIn facebook instagram Twitter, Facebook facebook, netemprego, linkedin Facebook e Youtube Lazer: Facebook, Pinterest. ; Profissional: Behance. facebook / behance Facebook, Stumbleupon, Behance Lazer: Facebook / Âmbito profissional: LinkedIn facebook,tumblr FACEBOOK, INSTANGRAM, LINKDIN, BEHANCE Facebook, tumblr, Behance Facebook, Google + Lazer Twitter Profissional Behance facebook, instagram, youtube, behance Facebook,Twitter, Pinterest, (lazer) e Likedin (profissional) Lazer: Facebook / Profissional: LinkedIn facebook para ambas as vertentes Facebook, Twitter facebook behance pinterest Face / Instagram seguido facebook, soundcloud, spotify facebook e linkedin Facebook e twitter Facebook pinterest behance Facebook, Facebook, LinkedIn Facebook, Tumblr, Polyvore, Instagram, LinkedIn Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest Facebook, Twitter, Youtube, Tumblr., Skype, Foursquare, Instagram, LinkedIn, Google+, Myspace, Ning, WordPress, outros mais Behance, LinkedIn, Twitter Lazer facebook profissional behance

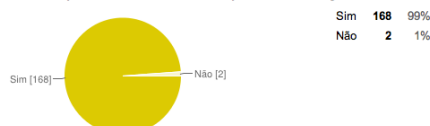
4) Em algum trabalho/projeto de curso, sentiu necessidade de apoio de pessoas de outras áreas e com outras valências?



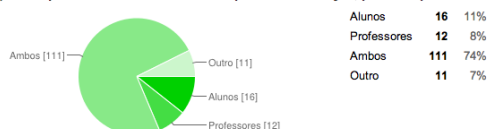
4.1) Em caso de responder Sim. Acha que o trabalho/projeto teria ficado mais completo com a partilha de conhecimentos e troca de experiências com pessoas de outras áreas/valências?



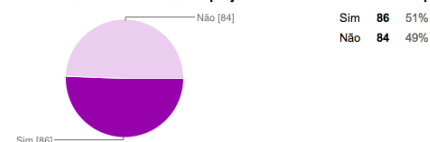
5) Considera importante haver uma maior partilha e interação entre cursos?



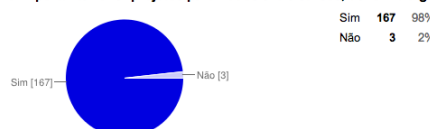
5.1) Acha que o facto de não haver mais partilha e interação, pode ser por falta de iniciativa dos alunos ou dos professores?



6) Normalmente costuma ter acesso a projetos e noticias desenvolvidas por outros cursos que não o seu?



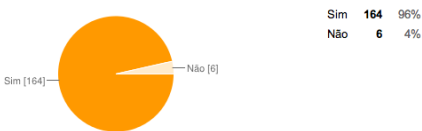
7) Acha importante haver projetos partilhados entre cursos, de forma a garantir projetos mais próximos do real, criação de redes de contactos e equipas de trabalho?



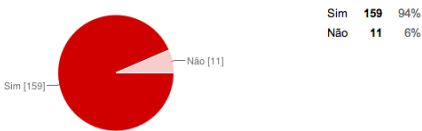
8) Uma plataforma online criada para o efeito em âmbito académico, poderia ser uma mais valia?



8) Uma plataforma online criada para o efeito em âmbito académico, poderia ser uma mais valia?



9) Estaria predisposto(a) a participar numa plataforma deste género?



We Share

Projeto desenvolvido no âmbito da Dissertação para o Mestrado em Design, na Universidade de Aveiro, pelo aluno Pedro Gomes. Questionário integrante de testes de usabilidade para uma plataforma web.

Esta plataforma é para uso em âmbito académico. Pretende-se que esta funcione como mediadora entre os atores constituintes da comunidade académica, que melhore os processos de comunicação e interação entre alunos, professores e áreas científicas. Esta plataforma deverá disponibilizar uma interação mais abrangente e direta entre potenciais interesses comuns, ou seja, um fluxo de informação mais rápido, direto e objetivo, permitindo e disponibilizando um contexto de todos para todos.

Deseja-se que esta plataforma abranja diferentes níveis de conhecimento, através da partilha de saberes, experiências, informações, de forma a enriquecer alunos, professores e áreas científicas.

Deve aceder ao link <http://marvl.in/137b8c>

Explore a plataforma da maneira que achar melhor, sem quaisquer restrições. Posteriormente responda a este pequeno inquérito.

Obrigado!

***Obrigatório**

1. 1) Os ícones apresentados na plataforma são-lhe familiares e de rápida interpretação? *

Marque todas que se aplicam.

☐ Sim

☐ Não

2. 2) A plataforma web é intuitiva? *

Marque todas que se aplicam.

☐ Sim

☐ Não

3. 3) A navegação e interação entre páginas e menus é clara? *

Marque todas que se aplicam.

☐ Sim

☐ Não

4. 4) As cores, formas, símbolos e tipo de letra são: *

Esteticamente apelativas e vão de encontro ao objetivo a que a plataforma se destina?

Marque todas que se aplicam.

☐ Sim

☐ Não

5. **5) Avalie de 0 a 10 a plataforma. ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1 (muito mau)
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 (médio)
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10 (muito bom)

🔍 Pesquisa

Todas

- Biologia
- Design
- Ciência
- Marketing
- Gestão
- Gestão Industrial
- Música
- Farmácia
- Turismo
- Engenharia

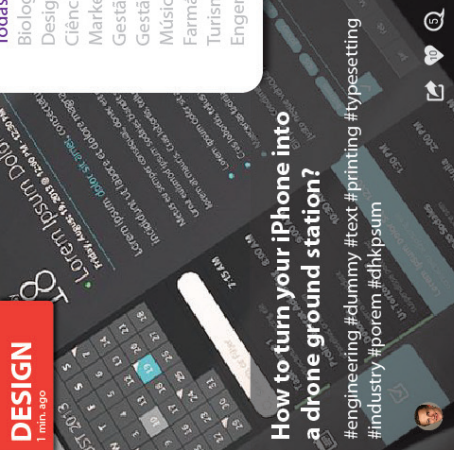
Atividade recente

Partilha o teu conhecimento...

📄 📷 ➡️

+

DESIGN
1 min. ago

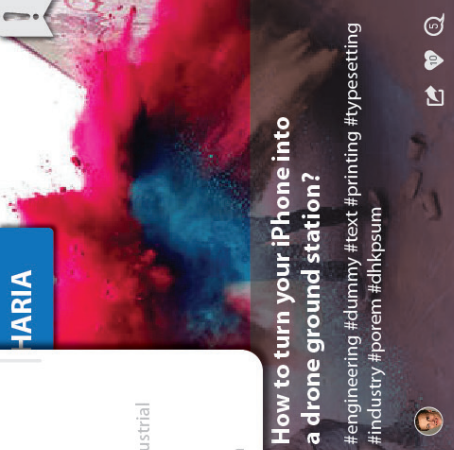


How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

MARKETING
3 min. ago



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

MÚSICA
7 min.



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

FARMÁCIA
40 min. ago



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

CIÊNCIA
1 min. ago

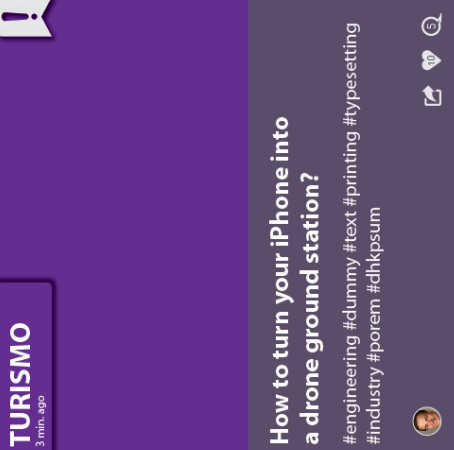


How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

TURISMO
3 min. ago

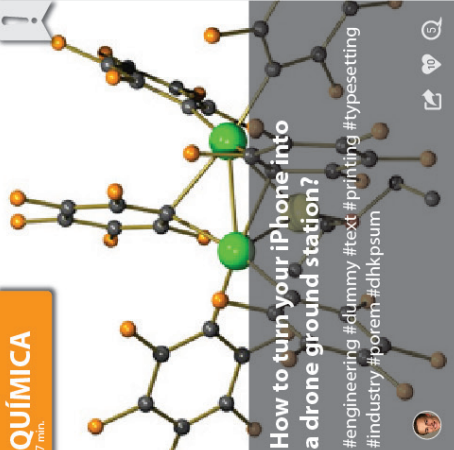


How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

QUÍMICA
7 min.



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

CIÊNCIA
1 min. ago



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

LITERATURA
1 min. ago



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

ENGENHARIA
3 horas



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

MATEMÁTICA
1 hora



How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

👤 📁 📧

Atividade recente

Partilha o teu conhecimento...



Notificações

António Almagro gostou de uma notícia.
"Vived not only five centuries..."

3 horas

Karim Abdul publicou uma nova notícia.
"ENGENHARIA - 'Maker including ver..."

3 horas

Amina Real está agora a seguir Karim...

3 horas

DESIGN
1 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

ENGENHARIA
3 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

MÚSICA
7 min.

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

FARMÁCIA
48 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

CIÊNCIA
1 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

TURISMO
3 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

QUÍMICA
7 min.

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

CIÊNCIA
1 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

LITERATURA
1 min. ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

ENGENHARIA
3 horas

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

MATEMÁTICA
1 hora

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum



Seguidores | 34



Andreia Pereira
A seguir



Francisco Ramalho
A seguir



Samanta Reis
A seguir

Areas | 9



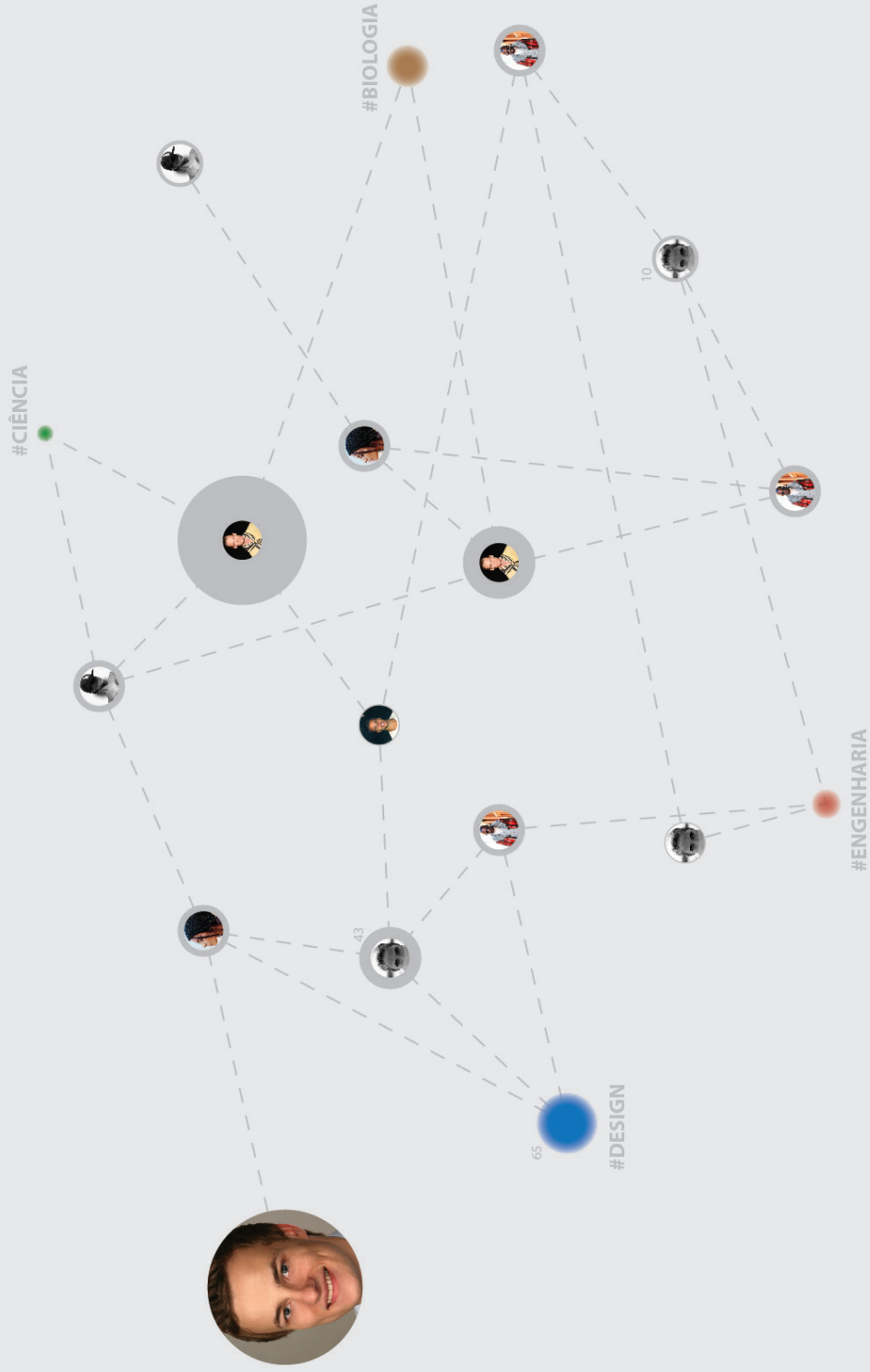
Design
170 seguidores



Biologia
85 seguidores




Engenharia
55 seguidores



Seguidores e Áreas por lista






Seguidores | 34



Andreia Pereira
45 seguidores



2º Ano - Mestrado em Design
Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte


Interest  



Andreia Pereira
45 neighbors



2º Ano - Mestrado em Design
Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte


Interest  



Andreia Pereira
45 neighbors

2º Ano - Mestrado em Design
Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte

Interest  



Andreia Pereira
45 neighbors

2º Ano - Mestrado em Design

#Áreas | 9



Design
105 seguidores

67 notícias relacionadas 



Biologia
85 seguidores

48 notícias relacionadas 



Engenharia
55 seguidores

41 notícias relacionadas 



Música
105 seguidores

67 notícias relacionadas 




Ciência
78 seguidores

54 notícias relacionadas 


INSCREVA-SE

É grátis!




Estudante

OU



Professor

OU



Outro

Universidade

Número de estudante

Nome

Apelido

Email

Repita o seu Email

Password

Repita a sua Password

☐ Feminino
 ☒ Masculino

INSCREVA-SE



António Almagro
ENFERMAGEM



A seguir



Mensagem



Projetos a desenvolver | 04



A seguir | 58

Atualmente

Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte

2º Ano - Licenciatura em Enfermagem

Áreas de
Interesse

Graphic Designer, Service Designer

Dedicado

Communication Design, Branding, Print Design

Descrição

Is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

Experiência

Is simply dummy
Text of the printing and typesetting industry
Setembro de 2013 até ao presente, Aveiro

Is simply dummy
Text of the printing and typesetting industry
Setembro de 2012 a Janeiro de 2013, Lisboa

Contactos

Email
uasidhsdasidj@odhas.com

Telemovel
(+351) 876 876 876

DESIGN
1 min ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

! Pesquisa

- Todas
- Biologia
- Design
- Ciência
- Marketing
- Gestão
- Gestão Industrial
- Música
- Farmácia
- Turismo
- Engenharia

ENGENHARIA
3 horas

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

MATEMÁTICA
1 hora

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

FARMÁCIA
48 min ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

CIÊNCIA
1 min ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

MÚSICA
7 min

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

FARMÁCIA
48 min ago

How to turn your iPhone into a drone ground station?

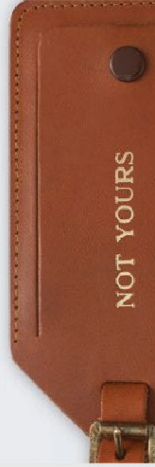
#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

QUÍMICA
7 min

How to turn your iPhone into a drone ground station?

#engineering #dummy #text #printing #typesetting #industry #porem #dhkpsum

LITERATURA
1 min ago



Partilha de projetos | 29 >

Q. Pesquisa

Todas

- Biologia
- Design
- Ciência
- Marketing
- Gestão
- Gestão Industrial
- Música
- Farmácia
- Turismo
- Engenharia

DESIGN

Project description
Lorem Ipsum
text. It has roots
in a piece of clas
sical Latin terature
from 45 BC.
Making it over 2000
years old
Richard McClintock,
a Latin profe,
erature fro

Deadline - 23 of February, 2014



Antony Morales

**ENGENHARIA - Parceria**

Project description
Lorem Ipsum is not simply rando
text. It has roots in a piece of clas
sical Latin terature from 45 BC.
Making it over 2000 years old
Richard McClintock, a Latin profe,
erature from 45 BC

Deadline - 23 of February, 2014



Antony Morales

**MÚSICA - Parceria**

Project description
Lorem Ipsum is not simply rando
text. It has roots in a piece of clas
sical Latin terature from 45 BC.
Making it over 2000 years old
Richard McClintock, a Latin profe,
erature from 45 BC

Deadline - 23 of February, 2014



Antony Morales

**DESIGN - Parceria**

Project description
Lorem Ipsum is not simply rando
text. It has roots in a piece of clas
sical Latin terature from 45 BC.
Making it over 2000 years old
Richard McClintock, a Latin profe,
erature from 45 BC

Deadline - 23 of February, 2014



Antony Morales

**TURISMO - Parceria**

Project description
Lorem Ipsum is not simply rando
text. It has roots in a piece of clas
sical Latin terature from 45 BC.
Making it over 2000 years old
Richard McClintock, a Latin profe,

**QUÍMICA - Parceria**

Project description
Lorem Ipsum is not simply rando
text. It has roots in a piece of clas
sical Latin terature from 45 BC.
Making it over 2000 years old
Richard McClintock, a Latin profe,

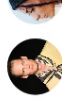
Grupos | 2 >



Project YZL



Project X

Crie um
novo grupo

Projeto X

Partilhe um pensamento...



Pedro Gomes

As roots in a piece of classical Latin teratur!

<http://22tracks.com/#ipar/relax/42275>

1min. ago

Pedro Gomes created a new task - 22 of February.

As roots in a piece.

22 of February, till 23h.

45min. ago

Pedro Gomes

05 min. ago

Pedro Gomes Lorem Ipsum is not simply rando text It has roots in a piece of clas.

Pedro Gomes

10 min. ago

Pedro Gomes Lorem Ipsum is not simply rando text It has roots in a piece of clas. sical Latin teratur from 45 BC Making idfd...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Pedro Gomes

Comente...

Projetos | 04

Projeto XY

Projeto X

Últimas

Espaço de pensamento

Equipa

Agenda

Ficheiros partilhados

Projeto Z

Projeto YZL

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projeto XY - Chat

Projetos | 04

⊕ Projeto X

⊕ **Projeto XY**

Últimas

Espaço de pensamento

Equipa

Agenda

Ficheiros partilhados

⊕ Projeto Z

⊕ Projeto XYZ

PROJETO XY - Chat



It has roots in a piece of classical.

Lorem Ipsum is not simply random
text. It has roots in a piece of classical.



Comente...

Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
26	27 Encontro com Rui e Pedro DeCa - 14h	28	29	30	31	1
02	03	04	05 REUNIÃO Grupo XY 12:30h	06	07	08
09	10 Entrega de cartaz	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

